

PUCRS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTE E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO

RENATA ANDREONI

**INTERFACE MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO –
DA PRÁXIS AO ONTOLÓGICO: UM (RE)DIMENSIONAR DA MEMÓRIA NA COMUNICAÇÃO
A PARTIR DO CONTEXTO ORGANIZACIONAL**

Porto Alegre
2018

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTE E DESIGN

RENATA ANDREONI

**INTERFACE MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO –
DA PRÁXIS AO ONTOLÓGICO: UM (RE)DIMENSIONAR DA MEMÓRIA NA
COMUNICAÇÃO A PARTIR DO CONTEXTO ORGANIZACIONAL**

Porto Alegre
2018

RENATA ANDREONI

**INTERFACE MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO –
DA PRÁTICA AO ONTOLÓGICO: UM (RE)DIMENSIONAR DA MEMÓRIA NA
COMUNICAÇÃO A PARTIR DO CONTEXTO ORGANIZACIONAL**

Tese apresentada como requisito para a obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social pela Escola de Comunicação, Arte e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cleusa Maria Andrade Scroferneker
Co-orientadora: Dr^a Nicole D’Almeida

Porto Alegre
2018

Ficha Catalográfica

A559i Andreoni, Renata

Interface memória e comunicação – da práxis ao ontológico : um (re)dimensionar da memória na comunicação a partir do contexto organizacional / Renata Andreoni . – 2018.

260 f.

Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientadora: Profa. Dra. Cleusa Maria Andrade Scroferneker.

Co-orientadora: Profa. Dra. Nicole D’Almeida.

1. Comunicação. 2. Memória. 3. Memória Organizacional. 4. Nova Teoria da Comunicação. 5. Filosofia bergsoniana. I. Scroferneker, Cleusa Maria Andrade. II. D’Almeida, Nicole. III. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Bibliotecário responsável: Marcelo Votto Texeira CRB-10/1974

RENATA ANDREONI

**INTERFACE MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO –
DA PRÁTICA AO ONTOLÓGICO: UM (RE)DIMENSIONAR DA MEMÓRIA NA
COMUNICAÇÃO A PARTIR DO CONTEXTO ORGANIZACIONAL**

Tese apresentada como requisito para a obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social pela Escola de Comunicação, Arte e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cleusa Maria Andrade Scroferneker (PUCRS)

Prof. Dr. Luciano Marques de Jesus (PUCRS)

Prof^a. Dr^a. Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello (UFSC)

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva (PUCRS)

Prof^a. Dr^a. Maria Inês Côrte Vitória (PUCRS)

Porto Alegre
2018

*Aos meus Outros,
Ao meu pai Oswaldo Cauduro de Souza, por me ensinar a Sentir...
Ao meu companheiro de vida Edison Bisso Cruxen, por me permitir
Experienciar...
...A emoção criadora da Comunicação.*

AGRADECIMENTOS

À minha querida orientadora Profa. Dra. **Cleusa Maria Andrade Scroferneker** por sua orientação crítica, inspiradora e afetuosa, pela confiança, apoio e incentivo a buscar novos horizontes nesta caminhada que realizamos.

À **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)** pela concessão de bolsa de pesquisa, fator indispensável para a realização deste estudo.

Ao **Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS**, professores, funcionários(as) e colegas, por cada aprendizado e apoio ao longo desta formação.

À Profa. Dra. **Nicole D’Almeida** por suas contribuições e por me acolher durante o estágio doutoral no CELSA/Sorbonne-Paris.

Aos professores Dr. **Ciro Marcondes Filho** e Dr. **Juremir Machado da Silva** pelas considerações e contribuições no momento da banca de qualificação desta pesquisa.

À professora Dra. **Juliana Tonin** e sua **família** pela atenção, carinho e amparo durante o período em que estive em Paris para o desenvolvimento desta pesquisa.

Ao meu grande amor, **Edison Bisso Cruxen**, que esteve ao meu lado em todos os momentos desta caminhada, me amparando mesmo quando a distância geográfica se impunha entre nós. Obrigada por todo amor, carinho, companheirismo, inspiração e incentivo a seguir sempre “Em busca...”.

Aos meus pais amados, **Oswaldo Cauduro de Souza** e **Maria Noemi dos Santos**, por todo carinho, incentivo, confiança e amor manifestados em cada ato, por todos os momentos que compartilhamos.

À minha querida e amada sogra, **Lídia Bisso Cruxen**, por suas orações, pelo carinho, amor e compreensão com minhas ausências durante esta caminhada.

À irmã de alma que (re)encontrei, **Ranielle Leal Moura**, pelos momentos intensos que compartilhamos nesta fase final de nossas pesquisas, por seu carinho e auxílio.

Ao querido amigo **Victor Gomes** pelos diálogos, as trocas, as publicações compartilhadas e o incentivo desde a época de realização do meu mestrado.

Às colegas e amigas que esta jornada me legou, me confiando amparo em tantos momentos, em especial, **Luciana Gomes, Fernanda Moraes, Francinete Louzeiro e Francielle Falavigna**.

Aos colegas do **GECOR** pelas conversas, leituras e reflexões compartilhadas.

Aos meus **amigos e amigas** pelo incentivo e compreensão pelas ausências ao longo desta jornada.

Experiência estética, no Comum, Aconteceu a Comunicação:

O gato é o amigo e o companheiro natural do escritor: ele ama o silêncio e o recolhimento do estudo: apraz-lhe o monótono ranger da pena sobre a aspereza do papel, acompanha discretamente o rumor da escrita com o seu respiro gutural. Quando se não escreve mais ele acorda. Compreende perfeitamente que há uma relação de analogia, uma afinidade entre a mão que escreve e a cabeça que medita sobre a página: somente, como não explica essa correlação, nas noites em que não tem sono e em que assiste ao nosso trabalho sentando em um livro sobre a banca, mete de quando em quando a pata no espaço entre a pena e a frente, e palpa devagarinho se não há uma linha, uma ficelle invisível, entre a mão e o cérebro (Eça de Queirós).

RESUMO

(Re)Pensar a interface memória e comunicação, partindo dos pressupostos da *Nova Teoria da Comunicação – NTC* (MARCONDES FILHO, 2013a; 2013b; 2010a; 2010b; 2008; 2004) e da Filosofia de Henri Bergson (2006; 2005a; 2005b; 1999; 1988), é a jornada que propomos nesta pesquisa. Para realizá-la, à luz do pensamento *complexo* (MORIN, 2015a; 2015b; 2013; 2008), estabelecemos três objetivos: discutir criticamente as interfaces propostas entre memória e comunicação, sob a configuração da memória organizacional; evidenciar possíveis dimensões que revelam como se configura a memória organizacional, considerando as proposições acadêmicas e suas práticas nas empresas; e (re)dimensionar a memória na Comunicação para além de uma abordagem instrumental. Esses objetivos são traçados para nos auxiliarem a compreender as paisagens que se descortinam a cada passo. A primeira *paisagem* deste percurso é constituída por uma perspectiva crítica e *complexa* da *práxis* de produções acadêmicas e de ações de diferentes organizações sobre possíveis interfaces entre memória e comunicação. Para tanto, consideramos a configuração da memória organizacional, sob a qual evidenciamos o predomínio da abordagem da *comunicação funcional* (SODRÉ, 2014a). Na segunda *paisagem* percorrida, desenvolvemos uma (re)tecitura entre a *NTC* e o pensamento bergsoniano, constituindo um caminho ontológico para a compreensão da memória na Comunicação. Trata-se de um estudo teórico, no qual defendemos a tese que a interface memória e comunicação pode se estabelecer para além de uma relação transmissiva e instrumental. Nossos esforços são destinados ao desenvolvimento de uma *consciência* para (re)pensarmos a abordagem comunicacional, tendo a memória como dimensão onipresente nas relações que estabelecemos no movimento contínuo e indeterminado da vida (Eu/Outro).

Palavras-chave: Comunicação. Memória. Memória Organizacional. Nova Teoria da Comunicação. Filosofia Bergsoniana.

ABSTRACT

(Re) Thinking about the memory and communication interface, based on the assumptions of the New Theory of Communication - NTC (MARCONDES FILHO, 2013a; 2013b; 2010a; 2010b; 2008; 2004) and the Philosophy of Henri Bergson (2006; 2005a; 2005b; 1999); 1988) is the journey we propose in this research. To accomplish this, in the light of complex thinking (MORIN, 2015a, 2015b, 2013, 2008), we set three objectives: To critically discuss the proposed interfaces between memory and communication, under the organizational memory configuration; to show possible dimensions that reveal how the organizational memory is configured, considering the academic propositions and their practices in the companies; (re) dimensioning the memory in the Communication, in addition to an instrumental approach. These objectives are designed to help us understand the landscapes that unveil at each step. The first landscape of this course is constituted by a critical and complex perspective of the praxis of academic productions and actions of different organizations on possible interfaces between memory and communication. For this, we consider the configuration of organizational memory, under which we show the predominance of the functional communication approach (SODRÉ, 2014a). In the second landscape we intertwine the NTC with the Bergsonian philosophical thought, constituting an ontological path for understanding memory in Communication. It is a theoretical study, in which we defend the thesis that the interface memory and communication can be established beyond a transmissive and instrumental relationship. Our efforts are aimed at developing an awareness to (re) think the communicational approach, having memory as a ubiquitous dimension in the relationships we establish in the continuous and indeterminate movement of life (I / Other).

Key-words: Communication. Memory. Organizational Memory. New Theory of Communication. Bergsonian Philosophy.

RÉSUMÉ

(Re) penser l'interface mémoire et communication, à partir des hypothèses de la *Nouvelle Théorie de la Communication - NTC* (MARCONDES FILHO, 2013e; 2013b; 2010a; 2010b; 2008; 2004) et de la Philosophie de Henri Bergson (2006, 2005a; 2005b; 1999 1988) est le parcours que nous proposons dans cette recherche. Pour ce faire, à la lumière de la pensée complexe (Morin, 2015e; 2015b; 2013; 2008), nous avons établi trois objectifs: discuter de façon critique les interfaces proposées entre la mémoire et la communication, dans la configuration de la mémoire organisationnelle; mettre en évidence les dimensions possibles qui révèlent la constitution de la mémoire organisationnelle, en considérant les propositions académiques et leurs pratiques dans les entreprises; (re) dimensionner la mémoire dans la Communication, en plus d'une approche instrumentale. Ces objectifs sont conçus pour nous aider à comprendre les paysages qui se déroulent à chaque étape. Le premier paysage de ce parcours se compose d'une perspective critique et complexe de la praxis des productions académiques et les actions des différentes organisations sur les possibles interfaces entre la mémoire et de la communication. Pour cela, nous considérons la configuration de la mémoire organisationnelle, sous laquelle nous montrons la prédominance de l'approche de la *communication fonctionnelle* (SODRÉ, 2014a). Le second paysage parcouru développe une (re) tessiture entre la *NTC* et la pensée bergsonienne, ce qui constitue un chemin ontologique à la compréhension de la mémoire en Communication. Il s'agit d'une étude théorique dans laquelle nous soutenons la thèse, selon laquelle, l'interface mémoire et communication peut s'établir au-delà d'une relation transmissible et instrumentale. Nos efforts visent à développer une *prise de conscience* pour (re) penser l'approche communicative, ayant la mémoire comme dimension omniprésente dans les relations établies dans le mouvement continu et indéterminé de la vie (Moi/ Autre).

Mots-clés: Communication. Mémoire. Mémoire Organisationnelle. Nouvelle Théorie de la Communication. Philosophie Bergsonienne.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Centro de Memória Bunge</i> – Normas de Utilização.....	35
Figura 2 – <i>Centro de Memória Bunge</i> – Documentos Históricos.....	36
Figura 3 – <i>Centro de Memória Bunge</i> – Como trabalhamos.....	38
Figura 4 – <i>Museu da Pessoa</i> – Linhas de Ação.....	63
Figura 5 – <i>Memória Viva Natura</i>	65
Figura 6 – <i>Odebrecht</i> – Linha do tempo (2010)	66
Figura 7 – Campanha <i>Minha Votorantim</i>	68
Figura 8 – Participantes da <i>Minha Votorantim</i>	69
Figura 9 – Regras de participação da <i>Minha Votorantim</i>	70
Figura 10 – Vídeo de participação na <i>Minha Votorantim</i>	71
Figura 11 – Controle de participação da <i>Minha Votorantim</i>	73
Figura 12 – Livro online <i>BNDES: um banco de história e de futuro</i> (p. 201)	79
Figura 13 – Livro online <i>BNDES: um banco de história e de futuro</i> (p. 203)	80
Figura 14 – Livro online <i>BNDES: um banco de história e de futuro</i> (p. 204)	80
Figura 15 – Linha do tempo <i>BNDES</i> , década de 50 do século XX	99
Figura 16 – Linha do tempo <i>BNDES</i> , década de 90 do século XX.....	99
Figura 17 – Depoimento de funcionário do <i>BNDES</i>	100
Figura 18 – Campanha publicitária do <i>Grupo Pão de Açúcar</i>	105
Figura 19 – Diagrama da paisagem dimensionada da Memória Organizacional – Comunicação Funcional.....	107
Figura 20 <i>Kronos</i> , de Ignaz Güinter (1770)	130
Figura 21 – <i>Saturno devorando a um filho</i> , Francisco Goya (1823)	131
Figura 22 – <i>La persistência de la memoria</i> , Salvador Dalí (1931)	132
Figura 23 – <i>Kairós</i>	139
Figura 24 – <i>Cone SAB</i>	147
Figura 25 – <i>Cone Duração/Espaço</i>	148
Figura 26 – Diagrama Teórico: A <i>Paisagem</i> (re) dimensionada da interface memória e comunicação – Abordagem vital da Comunicação.....	159

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Livro <i>Memória de empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações</i>	33
Quadro 2 – Chaves conceituais da Memória Organizacional.....	45
Quadro 3 – Trabalhos publicados nos Anais do GP <i>Relações Públicas e Comunicação Organizacional (INTERCOM)</i> que apresentam a palavra memória (2017-2014)	49
Quadro 4 – Trabalhos publicados nos Anais do GP <i>Teorias da Comunicação (INTERCOM)</i> que apresentam a palavra memória (2017 – 2007)	113
Quadro 5 – Trabalhos publicados nos Anais do GT <i>Epistemologia da Comunicação (COMPÓS)</i> que apresentam a palavra memória (2017 – 2007)	115

SUMÁRIO

1 O CAMINHO E SUAS PAISAGENS	17
2 MAPEANDO TRILHAS – REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE AS INTERFACES MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL	28
2.1 A emergência da memória	29
2.2 Memória e Comunicação – na abordagem tecida pela ABERJE	32
2.3 Memória e Comunicação – em busca de novas abordagens	49
3 OBSERVANDO A PAISAGEM – MEMÓRIA ORGANIZACIONAL NAS PRÁTICAS ORGANIZACIONAIS.....	55
3.1 Paradigma da Complexidade	57
3.2 A memória no contexto organizacional.	60
3.3 Narrativas institucionais: “cristalização” de memórias?.....	76
4 (RE)CONSTRUINDO ROTAS – DIMENSÕES DA MEMÓRIA ORGANIZACIONAL	88
4.1 Memória Organizacional: lugar da memória nas organizações?.....	88
4.2 Memória Organizacional: narrativas representacionais.	93
4.2.1 <i>Narrativa Representacional – Memória Explícita</i>	98
4.2.2 <i>Narrativa Representacional – Memória Implícita</i>	103
4.3 Do contexto à ontologia: rumo a uma nova paisagem	110
5 ESTAR A CAMINHO – MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO NA PAISAGEM EPISTEMOLÓGICA PELA ONTOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	112
5.1 A Nova Teoria da Comunicação	118
5.2 Pensamento Bergsoniano – Espaço e Duração.....	124
5.3 A Comunicação como Acontecimento – uma vivência na Intuição.	137
5.4 Percepção, afecção e memória: o encontro entre naturezas distintas.....	144
5.5 A memória no <i>Acontecimento</i> comunicacional: uma <i>emoção criadora</i>	153
6 UM CAMINHO, DUAS PAISAGENS – UM POSSÍVEL RELATO	162
REFERÊNCIAS	171
APÊNDICE 1.....	184

APÊNDICE 2.....	187
APÊNDICE 3.....	219
APÊNDICE 4.....	231

1. O CAMINHO E SUAS PAISAGENS

Al andar se hace camino / y al volver la vista atrás /se ve la senda que nunca / se ha de volver a pisar. [...] Caminante no hay camino, se hace camino al andar...golpe a golpe, verso a verso¹ (MACHADO, 19--?)

Compreendemos que pesquisar é estar em busca de conhecer, conscientes que os saberes são continuamente (re)constituídos, acompanham o movimento da vida, suscetíveis às interpelações, transformações e (re)criações. Imbuídos desse sentimento, seguimos rumo às possíveis interfaces entre memória e comunicação. Essa temática é uma constante motivadora de nossos questionamentos de pesquisa, desde o trabalho realizado na dissertação de mestrado, embora com abordagens diferentes das que nos impulsionam atualmente. Estamos em busca...

Optamos por estruturar esta pesquisa, metaforicamente, como o percurso de uma caminhada². Sob essa perspectiva, dedicamos as primeiras páginas para expor de onde partimos, os pontos de referências, alguns *paradouros* e as rotas estabelecidas para esta trajetória, percorrida em quatro anos de pesquisa³.

Enquanto pesquisadora/caminhante, as organizações⁴ configuram-se como nossas ambiências de reflexões. Assim, elegemos esse contexto para (re)pensarmos as possíveis interfaces entre memória e comunicação. Experiências prévias⁵ nos permitem partir da premissa que essa relação, no contexto organizacional, vem sendo proposta pela configuração da memória organizacional.

Consideramos os espaços organizacionais como ambiências complexas. Portanto, é a partir do *Paradigma da Complexidade*⁶ (MORIN, 2015a; 2015b; 2013;

¹ Trecho do poema *Cantares*.

² Em analogia à obra literária de Marcel Proust, *Em busca do tempo perdido*, como um caminho pelas “trilhas” da memória.

³ No entanto optamos por uma construção textual definida pelo tempo verbal presente. Dessa forma, recorreremos às estruturas das narrativas literárias, elegendo, como nossa temporalidade, o Tempo do Discurso, convidando o leitor a caminhar conosco, “vivenciando” os acontecimentos desta pesquisa na medida em que decorre a leitura do texto, aberto às reconfigurações.

⁴ O sentido organizacional pode fazer referência a diferentes formações da realidade social. No entanto, para esta pesquisa, o enfoque é direcionado às organizações empresariais, que não estejam diretamente associadas com as temáticas de memória e/ou História, como no caso de museus e organizações relacionadas ao patrimônio histórico/cultural.

⁵ Considerando a realização de pesquisa precedente sobre a interface memória e comunicação, apresentada na dissertação *Proposta Teórico-Conceitual da Memória Empresarial: um caminhar de potencialidades* (2013), bem como trabalhos e artigos apresentados em congressos e publicados em revistas acadêmicas sobre esta temática.

⁶ Determinados conceitos e expressões de autores estão destacados em itálico, bem como todas as denominações de obras, associações, empresas, entre outras. Da mesma forma, no decorrer do trabalho, as expressões que propomos, nesta pesquisa, também estão apresentadas em itálico.

2008) que pretendemos (des/re)organizar nossas inquietações de pesquisa, buscando dialogar e acolher as incertezas que nos permitam estabelecer, na transitoriedade do percurso, novas compreensões e explicações⁷ à memória organizacional. A partir do pensamento de Edgar Morin, assumimos a nossa incapacidade de estarmos seguros de tudo, de concebermos uma ordem absoluta. A “[...] aceitação da confusão pode se tornar um meio de resistir à simplificação mutiladora” (MORIN, 2013, p. 29).

O *Paradigma da Complexidade*, que nos acompanha desde a pesquisa de mestrado, permite, mais do que isso, conduz à abertura em relação ao conhecimento, (re)dimensionando nossas perspectivas, conforme o fluxo da vida. O *pensamento complexo* extrapola as rígidas fronteiras erigidas pela austeridade acadêmica, desacomodando a maneira como nos sentimos e relacionamos, reorganizando concepções. Abertos às transformações, procuramos novos caminhos, nos tornamos mais receptivos para outras possibilidades de interação e relação com o conhecimento. Na medida em que aceitamos que a realidade não se apresenta sobre verdades absolutas, sustentadas em proposições herméticas, admitimos as adversidades e provisoriedades.

Para compreendermos as (im)possibilidades da interface memória e comunicação, pela configuração da memória organizacional, fomos em busca de referências sobre as diferentes noções e abordagens teóricas sobre a Comunicação. Pimenta (2009) destaca que o campo da Comunicação⁸ no Brasil, embora sustentado em vertentes teóricas e metodológicas distintas, apresenta convergências de posturas epistemológicas⁹. Entre as produções da Área, o autor observa a recorrência de

⁷ Morin (2015a), a partir do princípio dialógico, apresenta diferenças entre essas noções. Resumidamente, a compreensão é maneira fundamental do conhecimento, implicando subjetividade e afetividade. Nesse sentido, há um ciclo de projeção e identificação, a partir do qual o eu (*ego*) e o tu (*alter*) entram em conjunção (*alter ego*), na compreensão de sentimentos, temores, intenções. Ao falarmos em conhecimento científico, não devemos ignorar tais dimensões, que possam conduzir ao erro e ao risco de incompreensões, pois essas são premissas imanentes ao ato de compreender. Já a explicação trata-se de um processo abstrato que se baseia em dados mais objetivos, logicamente apresentados, a partir de necessidades causais materiais ou formais. Diferentes, mas complementares, pois “[...] a explicação não saberia finalmente explicar-se a si mesma (os *explicanda* são inexplicáveis); a compreensão não saberia compreender-se (os *compreenda* são incompreensíveis), mas ambas podem ajudar a conhecer-se (MORIN, 2015a, p. 167, grifos do autor). A precisão conceitual, promovida pelo autor, nos provoca a reconhecer a importância da diferença à complementaridade, o encontro que emerge na confluência da fronteira entre elementos de naturezas distintas.

⁸ A palavra Comunicação, quando apresentada em caixa alta, refere-se à área de conhecimento.

⁹ Pesquisa realizada sobre os trabalhos apresentados, em 2007, no encontro do Grupo de Trabalho *Epistemologia da Comunicação*, da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPOS).

enfoques sobre “[...] fenômenos caracterizados como ‘incertos’, da esfera do ‘sensível’, ‘intuitivos’, ‘subjetivos’, marcados pela ‘diversidade’, ‘despercebidos’ e ‘instáveis’ (PIMENTA, 2009, p. 37, grifos do autor). Tais dimensões expressam a atenção dos pesquisadores sobre a compreensão comunicacional baseada na imaterialidade. Os trabalhos, observados por Pimenta (2009), revelam uma preocupação em estudar a comunicação sob abordagens que a isentam da sua substancialidade habitual, como os chamados produtos e veículos de comunicação.

Ao considerarmos a comunicação no contexto organizacional, somos impulsionados a problematizar determinadas abordagens que apresentam a memória como produto (materialidade) da/para a comunicação. Conforme Cruz (2014a), essa relação vem “[...] reforçando o enquadramento que a comunicação organizacional destina à memória organizacional – o de ferramenta, o que conduz a uma visão utilitária ainda que se pretenda estratégica” (CRUZ, 2014a, p. 181).

O entendimento difundido, entre o senso comum, em relação à memória, carrega consigo dimensões da esfera do sensível, na medida em que é apreendida sob um aspecto nostálgico. No entanto não identificamos um esforço de aproximação dos pesquisadores com a essência subjetiva da memória, como uma possibilidade compreensiva sobre a Comunicação, conforme tendência apontada por Pimenta (2009). Nossas inquietações partem do que avistamos nas práticas organizacionais, impulsionadas e/ou reafirmadas no discurso acadêmico, da memória como um produto da/para a comunicação. Essa abordagem parece apreender a memória como um “instrumento”¹⁰ da comunicação, subsumida em processos informacionais. Tal tendência é ratificada em práticas comunicacionais sustentadas pelo viés do paradigma informacional.

Como contraponto, destacamos que muitas discussões hodiernas sobre a Comunicação no contexto das organizações vêm problematizando as abordagens instrumentais, sinalizando a importância de irmos além dos princípios prescritivos e transmissivos da informação. Tais premissas, muitas vezes, não encontram eco no universo organizacional. Essa dissonância é apresentada nas reflexões de Bueno (2015, p. 126), ao indicar que: “A falta de sintonia entre a teoria, o discurso e a prática na Comunicação Organizacional tem sido recorrente no Brasil”. Nessa perspectiva, o autor questiona os usos de conceitos que integram, atualmente, as falas oficiais das

¹⁰ As aspas utilizadas em determinadas expressões indicam grifos nossos.

organizações, proferidas pelos gestores de comunicação, que acabam sendo deturpadas, servindo, apenas, para “[...] legitimar uma abordagem meramente operacional, que enxerga a comunicação como ferramenta ou instrumento [...]” (BUENO, 2015, p. 131).

Os movimentos que vêm fundamentando as reflexões críticas e propositivas à Comunicação¹¹, no contexto organizacional, são definidos por Scroferneker (2012) como *contra tendências* ao paradigma funcionalista, rompendo com possíveis visões reducionistas, lineares e prescritivas da Comunicação. Curvello (2009a, p. 4), considera que a Comunicação, no contexto das organizações, necessita “[...] ser analisada e estudada não mais como atividade, ação, estratégica, mas como fenômeno e como sistema intrínseco à dinâmica social e cuja essência constitui e reconstitui a própria organização”.

Conforme destaca Curvello (2009a; 2009b), se faz premente a (re)criação de novos métodos de análises e observação, nos permitindo ir além dos paradigmas tradicionais. O autor enfatiza a necessidade de incorporarmos, em nossas pesquisas, a *complexidade* dos ambientes sociais e organizacionais, “[...] para que venhamos a nos proteger do risco da entropia e da tautologia no campo da Comunicação Organizacional” (CURVELLO, 2009b, p. 114).

Nesse sentido, identificamos este momento, de desenvolvimento de tese doutoral, como propício para dedicarmos esforços sobre um caminho que desvie das concepções simplistas e generalistas do senso comum como “[...] comunicação é comunicação, o que se pretende ‘ciência’ da comunicação se confunde tautologicamente com a própria realidade vivida” (SODRÉ, 2014a, p. 11, grifo do autor). O autor enfatiza que, embora o Campo de pesquisa não seja invertido, “[...] é fraca a sua vertebração conceitual” (SODRÉ, 2014a, p. 12). Sendo assim, ressalta a importância de trabalharmos sobre o “[...] esclarecimento do campo teórico atinente à nebulosa entidade denominada ‘comunicação/informação’” (SODRÉ, 2014a, p. 11-12, grifo do autor). As críticas de Muniz Sodré (2014a) são direcionadas à prevalência do aspecto funcional entre os estudos comunicacionais¹², destacando que: “A menos que se pretenda insistir numa ciência sem nome, cremos ser necessário fazer uma

¹¹ Scroferneker (2012) refere-se à Comunicação Organizacional, no entanto, como não assumimos esta denominação, nesta pesquisa, optamos por referir sempre como comunicação no contexto das organizações, exceto em citações literais.

¹² As reflexões do autor, sobre a prevalência da dimensão funcional da comunicação e suas possíveis configurações e implicações, são apresentadas e articuladas ao longo do trabalho.

pausa reflexiva sobre a palavra *comunicação* enquanto síntese nominal de uma variedade de práticas contemporâneas [...]” (SODRÉ, 2014a, grifo do autor).

Para tanto, considerando a temática que propomos para nossa pesquisa (interface memória e comunicação), assumimos o sentido de comunicação da *Nova Teoria da Comunicação (NTC)* (MARCONDES FILHO, 2013a; 2010a; 2010b; 2008; 2004). Sob essa perspectiva, a comunicação “[...] é algo isento de qualquer substancialidade, materialidade, predicado. É uma situação não-trivial de diluição de nós no outro, na coisa [...] e que muda aos que ela põe em jogo” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 31-32). Diante do exposto, compreendemos a comunicação como um momento relacional transformador, movido pela alteridade. É, portanto, este o horizonte que está perante a nossa mirada, tendo como ponto de partida as organizações.

A *Nova Teoria da Comunicação* desenvolve outros parâmetros teóricos e operacionais para a Comunicação, “[...] na proposição de uma ontologia e, agregada a ela, de uma nova epistemologia para a comunicação, o Metáporo” (MARCONDES FILHO, 2010a, p. 8, grifo do autor). Para o autor, esse é um paradigma teórico que possibilita trabalhar todos os fenômenos comunicacionais, desde os mais simples e prosaicos até as grandes formas de comunicação social, mediadas por diferentes tecnologias.

A *NTC* apresenta dois tipos de comunicação, uma trivial, referente à “[...] maioria das nossas conversas diárias com parentes, amigos, conhecidos” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 28). Nesse caso, compreendemos que ela comporta processos de sinalizações, orientações e informações, desde que o sujeito estabeleça relação, baseando-se numa interação de entendimento¹³. No entanto a *NTC* tem outra como enfoque, a *comunicação densa*, um *Acontecimento*¹⁴ que se realiza “[...] como um fenômeno estético, no sentido da *aisthesis*, enquanto relação sensível com o mundo [...]” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 10, grifo do autor). Assim, a ocorrência

¹³ Conforme Marcondes Filho (2013a) o entendimento não representa comunicação, que pressupõe envolvimento, enquanto um fenômeno estético, que transforma o sujeito. Para a noção de entendimento recorreremos ao pensamento de Bergson (1999, p. 286), para o qual o entendimento advém de uma percepção operada pelos interesses práticos do sujeito, ele “[...] decompõe e recompõe de acordo com seus hábitos ou suas leis”.

¹⁴ Acontecimento, quando destacado em caixa alta e em itálico, faz referência ao sentido deleuzeano, sobre o qual Marcondes Filho (2004) buscou subsídios para o desenvolvimento do conceito de *Acontecimento* comunicacional, como um incorpóreo que afeta o sujeito, transformando-o. Tal definição será melhor explorada na Seção 5.

da *comunicação densa*¹⁵ não é automática, ela não está posta, é contingencial e demanda certa disponibilidade, uma abertura do sujeito à alteridade. É sob esse aspecto que pretendemos compreender possíveis interfaces com a memória.

Conforme já mencionado, no cenário organizacional, a memória parece ser aproximada da comunicação “[...] Como dispositivo a serviço da performance¹⁶” (HELLER; HUËT; VIDAILLET, 2013, p. 4, tradução nossa). Sendo assim, destacamos a importância de reflexões críticas sobre como essas aproximações, relações e incorporações estão sendo (re)estabelecidas. A partir desse pressuposto, apresentamos as inquietações e os objetivos que orientam a jornada desta pesquisa. A saber:

- Como as interfaces entre memória e comunicação vêm se estabelecendo, ou não, no contexto das organizações, considerando a configuração da memória organizacional?
- Quais dimensões podemos evidenciar na memória organizacional, considerando as proposições acadêmicas e suas práticas nas empresas?
- Como podemos (re)dimensionar a interface memória e comunicação para além de uma abordagem instrumental?

A partir dessas inquietações, delimitamos nossos objetivos de pesquisa.

- Discutir criticamente as interfaces propostas entre memória e comunicação, sob a configuração da memória organizacional.
- Evidenciar possíveis dimensões que revelam como se configura a memória organizacional, considerando as proposições acadêmicas e suas práticas nas empresas.

¹⁵ “[...] pode ocorrer de duas formas opostas: ou ela se dá a partir de um choque inicial, que nos põe frente a frente com um fato transformador, e que nós vamos ‘digerindo’ lentamente até nos acostumarmos à nova posição, ao novo sentido, ou ela tem que ser insistida, repetida, renovada, até quebrar nossa resistência anterior e provocar a virada” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 28, grifo do autor).

¹⁶ “[...] *comme dispositif au service de la performance*”.

- (Re)Dimensionar a memória na Comunicação para além de uma abordagem instrumental.

Nesse sentido, defendemos a *tese* que a interface memória e comunicação pode se estabelecer para além de uma relação transmissiva e instrumental, na medida em que compreendermos a memória na ontologia da comunicação, na ocorrência de um *Acontecimento* (MARCONDES FILHO, 2013a), uma *emoção criadora* (BERGSON, 2005b), precedente a qualquer representação. Esta pesquisa parte de uma abordagem crítica-reflexiva sobre a *práxis* da interface memória e comunicação, no contexto das organizações, configurada pela memória organizacional. Ambicionamos alternativas que possam ir ao encontro das prerrogativas emergentes do campo da Comunicação, no contexto organizacional, que (re)afirmam a necessidade de outras miradas à Comunicação. Nossas reflexões identificam a recorrência de uma abordagem instrumental, na qual a memória é apreendida como um recurso para a Comunicação. Essa interface, promovida pela memória organizacional, ao mesmo tempo em que oferece potencialidades à gestão, reforça a perspectiva da *comunicação funcional* (SODRÉ, 2014a). Conforme os pressupostos teóricos assumidos neste estudo (*NTC*), não percebemos uma abordagem à constituição da interface memória e comunicação nessa *práxis*.

Diante desse cenário, partimos da *práxis* ao ontológico, ensejando (re)pensar a “memória na Comunicação”, pois a perspectiva “para a comunicação” pode acabar conduzindo a (re)produções, baseadas nos mesmos princípios instrumentais, porém, operadas de outras formas. Contudo, não desejamos desconsiderar as funcionalidades, ao contrário, entendemos que elas fazem parte do viver. Assim, acreditamos que são necessários, por vezes, distanciamentos, mesmo que provisórios, do nosso espaço de pesquisa (a memória na *práxis* da comunicação no contexto organizacional) para seguirmos em busca de outras possibilidades (a memória na ontologia da comunicação) para a produção de um (re)conhecimento sobre a interface memória e comunicação. Nosso esforço, portanto, torna-se teórico. O que desejamos é propor uma possibilidade sobre essa interface, que auxilie na compreensão sobre os meandros contingenciais das relações, frente ao imperativo “é preciso comunicar”!

De acordo com as orientações teóricas e metodológicas que assumimos, seguimos esta jornada *complexa* (MORIN, 2008), de maneira *metapórica* (MARCONDES FILHO, 2010b)¹⁷. A abordagem *metapórica* é desenvolvida pela NTC como uma epistemologia à Comunicação, considerando que a pesquisa deva acompanhar o movimento do *Acontecimento* comunicacional. Como optamos por construir uma reflexão teórica¹⁸, o *metáporo* é incorporado como nossa postura de pesquisa, ao compreendermos que “[...] o mundo é permanente movimento e de que nós, inseridos nele, devemos *pensar em movimento*, produzir teorias ‘no durante’, sugerir descrições e constatações que considerem a provisoriedade do saber” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 247, grifos do autor). Assim, vamos *mapeando trilhas, observando a paisagem e (re)configurando rotas*, em um contínuo *estar a caminho* de novas (re)tecituradas. É através desse desenho metafórico que construímos nosso périplo. São muitos os momentos e os percursos que configuram a nossa jornada, entretanto destacamos que esta caminhada é construída pela relação dialógica¹⁹ de duas *paisagens*²⁰. Uma contextual, considerando as organizações; outra filosófica, com enfoque sobre a memória na ontologia da comunicação.

Construir um caminho sobre *paisagens* distintas é um desafio que estabelecemos, em busca de possíveis interfaces entre memória e comunicação. A primeira *paisagem* representa nossa mirada ao contexto organizacional, para

¹⁷ Esta aproximação é realizada a partir das nossas interpretações e (re)apropriações. Entretanto consideramos, ainda, o posicionamento manifestado por Marcondes Filho (2013) sobre possíveis associações entre o *metáporo* e o pensamento de Edgar Morin, em relação ao método. “As semelhanças são várias. Em ambos os casos busca-se respeitar o não idealizável, o não racional, o fora da norma. Da mesma forma, os dois propõem um método que se forma durante a investigação, que se desprende e que se formula *a posteriori*. Mais ainda: ‘o caminho se faz percorrendo’ está em ambas as proposições, assim como a ‘viagem’ que se faz na pesquisa, da qual se retorna mudado, alterado, transformado”. No entanto, para o autor: “O problema de Morin é que ele pretende algo que ‘revele o mistério’ das coisas” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 73, grifos do autor). Assim, cientes das questões expostas e das especificidades de cada pesquisador, identificamos e estabelecemos, nesta pesquisa, possíveis aproximações entre o pensamento dos autores.

¹⁸ Considerando que a busca pelo *Acontecimento* comunicacional, no contexto das organizações, não se configura entre os objetivos desta pesquisa, optamos pelo desenvolvimento teórico, haja vista que nosso enfoque está direcionado à interface memória e comunicação.

¹⁹ No sentido proposto por Morin (2008).

²⁰ O sentido atribuído à paisagem, nesta pesquisa, está calcado no pensamento de Maderuelo (2010), Sob essa perspectiva, a [...] paisaje sirve tanto para calificar un entorno real: el médio físico, como para designar una representación de esse entorno: su imagen [...] el paisaje no es un sinónimo de naturaleza... es un constructo, de una elaboración mental que los humanos realizamos a través de los fenómenos de la cultura” (MADERUELO, 2010, p. 14). O autor considera a paisagem como um espaço representado e significado, construído esteticamente. A paisagem [...] se encuentra en la mirada de quien contempla con ánimo de disfrutar de la contemplación. Es la intencionalidade estética puesta en la contemplación la que transforma un lugar en paisaje. Pero una mirada estética es, ante todo, cultural, es decir, está sometida a las convenciones propias de la época, el lugar, la clase social y el nivel de formación de quien contempla (MADERUELO, 2010, p.17).

evidenciar como essa interface vem sendo estabelecida, ou não, ao considerarmos a memória organizacional. Sob essa perspectiva, constituímos dois eixos de compreensão: a abordagem acadêmica da Área e as práticas organizacionais.

Dessa forma, na próxima Seção²¹, direcionamos a atenção às produções acadêmicas da Área, a partir de três abordagens. Inicialmente, refletimos sobre um material produzido pela *Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE)*, tendo em vista sua primeira obra editada sobre a temática, em 2004, *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. Em seguimento, recorreremos a outras produções, tendo como referência o estudo do *Estado da Arte da Pesquisa Brasileira em Comunicação sobre Memória Organizacional* (2014a; 2014b; 2013), realizado pela pesquisadora Lucia Santa Cruz. Para completar essa investida, de compreensão em relação às abordagens sobre memória organizacional, realizamos uma pesquisa entre os trabalhos apresentados em congressos de duas organizações de representatividade no campo da Comunicação no Brasil, a *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)* e a *Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)*.

Nas terceira e quarta Seções, mantendo o enfoque sobre o contexto organizacional, refletimos criticamente sobre determinadas práticas, bem como evidenciamos as dimensões que revelam a memória organizacional na contemporaneidade, recorrendo a exemplos que contribuam à elucidação do nosso pensamento. As produções acadêmicas referentes a essa temática no campo da Comunicação e determinadas práticas, realizadas por diferentes organizações, configuram a *práxis* sobre a qual desenvolvemos nossas reflexões neste estudo.

A partir das reflexões desenvolvidas, conforme já mencionado, identificamos insuficiências para o estabelecimento da interface memória e comunicação, nos conduzindo à reflexão teórica/ontológica. Este é o caminho escolhido, entre outros possíveis, ao compartilhamos do pressuposto que: “Nenhuma técnica de comunicação, por mais eficiente que seja, jamais alcançará o nível de complexidade e de cumplicidade da comunicação humana” (WOLTON, 2004, p. 35). Assim, (re)configuramos as rotas do percurso e passamos a contemplar e experienciar uma segunda *paisagem* em nossa caminhada, dando início a quinta Seção.

²¹ Apresentada como a segunda Seção deste trabalho.

A memória, sob nossa perspectiva, é uma possível dimensão para (re)pensarmos a condição contingencial da comunicação, independente das intencionalidades traçadas. Acreditamos que a memória possa auxiliar na compreensão sobre como se constituem as singularidades que perfazem a *complexidade* das relações. A abordagem que alvitramos corresponde a um esforço teórico, de natureza ontológica, para compreendermos especificidades do fenômeno comunicacional. Esperamos que esta proposta possa contribuir com o desenvolvimento de uma consciência²² sensível à nossa incapacidade de controlar, prever e/ou possuir a comunicação, ao considerarmos a memória em sua ontologia.

Nesse sentido, partimos das concepções teóricas da *Nova Teoria da Comunicação* (MARCONDES FILHO, 2013a; 2010a; 2010b; 2008; 2004) (re)estabelecendo um diálogo com a filosofia de Henri Bergson (2006; 2005a; 2005b; 1999; 1988), (re)dimensionando a memória na comunicação. Entendemos que esta é uma via possível para (re)dimensionarmos a memória na Comunicação.

A filosofia de Bergson apresenta um trabalho reflexivo sobre a vida, melhor dizendo, sobre como atuamos e nos relacionamos com o mundo, com o Outro. Entre as duas grandes correntes da história do pensamento (Realismo e Idealismo), o filósofo traça uma terceira via, na qual as objetividades e subjetividades²³ são

²² De acordo com o dicionário etimológico, consciência é definida como “[...] possibilidade de níveis mais altos de integração, conhecimento, noção, ideia” (CUNHA, 2010, p. 172-173). Quando mencionamos o desenvolvimento de uma consciência sensível, no âmbito das organizações, fazemos referência, também, ao sentido de uma consciência moral. Conforme o sentido filosófico, compreendemos que “[...] 2: a consciência moral pode ser concebida como adquirida. [...] 4: a origem da consciência moral pode atribuir-se a uma fonte humana. Por sua vez, essa fonte humana pode conceber-se como natural, histórica ou social. Também pode considerar-se que esta fonte é individual ou social. [...] 5: o fundo donde procede uma consciência moral pode ser racional ou irracional. 6: fundo de onde procede a consciência moral pode ser pessoal ou impessoal” (MORA, 1978, p. 191). Sob essa perspectiva, compreendemos que as organizações, enquanto estruturas socioeconômicas constituem-se como fontes de consciência moral, a partir da qual orientam suas práticas e condutas, ao longo da sua atuação. Consideramos, assim, que novas formas de pensar e, por conseguinte, de agir estão relacionadas à consciência moral. (Re)pensar a interface memória e comunicação pressupõe um (re)pensar a abordagem comunicacional. Ao considerarmos o contexto das organizações, compreendemos que toda mudança de conduta, nesse caso de suas abordagens comunicacionais, estão relacionadas à transformações de consciência, como uma nova forma de pensar, agir e se relacionar com o Outro. É importante ressaltarmos que o sentido de moral, assumido aqui, não estabelece referência à juízo de valor, mas ao sentido etimológico, “[...] ‘relativo aos costumes’; conjunto de regras de conduta [...] Do lat. *moralis*” (CUNHA, 2010, p. 436, grifo do autor). De acordo com o dicionário latino-português “*moralis* adj. relativo aos costumes, moral” (BUSSARELLO, 1998, p. 146). Assim, consciência, nesta pesquisa, associada à organização, assume duplo sentido: Em relação ao desenvolvimento do conhecimento, da ciência da organização sobre os fenômenos e processos que as envolvem e as (re)constituem, mas, também, relaciona-se aos costumes, aos hábitos, àquilo que vai (re)configurando os modos de ser e atuar da organização.

²³ A obra de Bergson é marcada pela distinção precisa entre *espaço* e *duração*, também podendo ser expressados como *matéria* e *memória*. No entanto estabelecemos algumas simplificações devido a possíveis estranhamentos à linguagem filosófica do final do século XIX, início do XX.

compreendidas em relação, sem estabelecer hierarquizações, mas diferenças que permitem compreendermos suas complementaridades. Consideramos que o pensamento bergsoniano é uma via, entre outras possíveis, para nossa caminhada, pelos meandros teóricos da Comunicação.

Esta *paisagem* é traçada para o (re)conhecimento da interface memória e comunicação, possibilitando, quiçá, o desenvolvimento de outra consciência sobre a abordagem comunicacional, no contexto das organizações, sensível “[...] para com o diverso humano” (SODRÉ, 2014b, p. 164). Defendemos que esta abordagem possa contribuir para a compreensão do aspecto contingencial da comunicação, ao (re)considerarmos a memória, a luz da filosofia bergsoniana, em sua ontologia.

A presença de duas *paisagens*, uma contextual e outra ontológica, constituindo o percurso desta caminhada, materializa a metáfora exposta, em epígrafe, no poema de Antônio Machado, “o caminho se faz ao caminhar”. No princípio não imaginávamos tal configuração. No entanto produzimos esta pesquisa conforme o seu movimento, sensíveis às suas manifestações, arrebatados a cada *Acontecimento*, incorporando as transformações, seguimos, “golpe a golpe... verso a verso”... (MACHADO, 19--?).

2. MAPEANDO TRILHAS – REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE AS INTERFACES MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

*Ayúdame a mirar!*²⁴
(GALEANO, 2000, p. 95).

Mapear trilhas é o exercício que desenvolvemos ao longo desta Seção, buscando compreender como as interfaces entre memória e comunicação são estabelecidas, tendo como enfoque o contexto organizacional. Considerando as produções da Área, que se ocupam de pesquisar essa temática, identificamos que a memória é associada à comunicação pela configuração de memória empresarial/institucional/organizacional²⁵. Portanto, concentramos nossa atenção às abordagens estabelecidas sob essa denominação.

Nesse sentido, destacamos a primeira publicação realizada pela *Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE)*, que aproxima a noção de memória das discussões sobre Comunicação, na obra *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações* (2004). Esse material reúne, em 12 artigos, abordagens de acadêmicos, bem como de gestores, sobre as potencialidades da memória em relação à Comunicação.

Para ampliar as reflexões sobre esse cenário, recorreremos a outras produções. Abordamos o estudo, realizado por Lucia Santa Cruz (2014a; 2014b; 2013), *O Estado da Arte da Pesquisa Brasileira em Comunicação sobre Memória Organizacional*²⁶. Entre os resultados apresentados pela autora, destacamos os dois autores com maior número de periódicos sobre a memória organizacional, Rodrigo Cogo e Paulo Nassar (CRUZ, 2013). Assim, expomos, também, o pensamento desses pesquisadores sobre a temática, articulando com as perspectivas de outros autores.

No empenho de constituirmos nossa mirada, realizamos, ainda, uma pesquisa entre os trabalhos apresentados nos Anais da *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)* e da *Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)*. Considerando que o enfoque está

²⁴ Trecho do conto *La función del arte/2*.

²⁵ Alguns autores salientam diferenças conceituais sobre as nomenclaturas: memória empresarial, memória institucional e memória organizacional. Outros não estabelecem diferenciações entre essas nomenclaturas. No caso desta pesquisa, as utilizamos como sinônimos. Para maiores informações ver Andreoni (2013).

²⁶ Esta pesquisa foi financiada pelo *Centro de Altos Estudos da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM)* (CRUZ, 2013).

centrado no contexto organizacional, abordamos, especificamente, o Grupo de Pesquisa (GP) *Relações Públicas e Comunicação Organizacional (INTERCOM)* e o Grupo de Trabalho *Comunicação no Contexto das Organizações (COMPÓS)*. Essa investida soma-se aos esforços de compreendermos como a memória vem sendo abordada, ou não, na Comunicação, pelos pesquisadores da Área.

A memória, na contemporaneidade, assume centralidade em diferentes discursos e contextos. Sob essa perspectiva, realizamos uma sucinta contextualização sobre a *cultura da memória* (HUYSSSEN, 2000). Esse breve panorama auxilia a (re)pensarmos o desenvolvimento da memória organizacional e seus desdobramentos, ao ser vinculada à Comunicação no contexto das organizações.

2.1 A emergência da memória²⁷

A memória assume relevância em diversos espaços na contemporaneidade. Huyssen (2000) chama a atenção para a *emergência da memória* como um fenômeno significativo das estruturas político-culturais das sociedades ocidentais. De acordo com o autor, vivenciamos transformações no imaginário temporal, provocadas pelas noções de tempo e espaço virtuais, que acabaram por promover uma *cultura da memória*. Essas dimensões emergem sobre a ausência do sentimento de segurança, em uma sociedade profundamente caracterizada pela instabilidade do tempo e fragmentação do espaço (HUYSSSEN, 2000).

As características da sociedade contemporânea, após o advento dos dispositivos tecnológicos de produções, conexões e mobilidade de informações e (inter)relações, passam a ressignificar a importância da memória sobre as realidades sociais e organizacionais. Tais fatores alteraram as noções de tempo e espaço; o presente não mais se restringe sobre a recordação e a esperança, na relação histórica entre o passado experimentado e o futuro como horizonte de expectativas (KOSELLECK, 1993). Essas transformações acabam por desestabilizar percepções e relações hodiernas, reconfigurando posturas e costumes, constituindo uma nova

²⁷ Nesta subseção realizamos um exercício de contextualização sobre o fenômeno da *emergência da memória* na contemporaneidade. Nesse sentido, recorreremos à obras atuais, mas, também, à produções do final do século XX, abrangendo uma maior extensão temporal, que possam contribuir à compreensão da construção histórico-social desse fenômeno sobre a memória.

realidade espaço-temporal. Dessa forma, “[...] quanto mais o capitalismo de consumo avançado prevalece sobre o passado e o futuro, sugando-os em um espaço sincrônico em expansão, menor a estabilidade ou a identidade que proporciona aos assuntos contemporâneos” (HUYSSSEN, 2000, p. 29).

Essas relações podem ser contextualizadas a partir das características que concernem aos pensamentos da pós-modernidade (MAFFESOLI, 2012; 2003) e da hipermodernidade²⁸ (LIPOVETSKY, 2007; 2004). Ao refletir sobre as especificidades e relações da realidade social, esses autores enfatizam que os princípios que orientavam a modernidade, como racionalidade, materialidade, ordem e progresso, foram substituídos por aspectos lúdicos, oníricos, intangíveis, relacionados ao prazer, aos afetos, ao gozo e à fruição. Destacam que a esperança, como força motriz sobre um horizonte de expectativas no futuro, não encontra mais eco social, pois vivemos, agora, sobre um constante presenteísmo. Conforme indica Maffesoli (2012), a temporalidade dos modernos é o futuro, baseada no mito do progresso, enquanto a temporalidade pós-moderna é o presente.

Nessa perspectiva, Maffesoli (2012) considera que passamos da ordem da representação à apresentação, na qual não criamos necessidades, mas respondemos expectativas que emergem da/na vida cotidiana. As características – estruturante, racionalizante e hermética – da modernidade dão lugar às formas orgânicas, às múltiplas identificações, às emoções que vão (re)tecendo uma *razão sensível*²⁹, na efervescência das socialidades que se (re/des)constituem nas relações e interações prosaicas. Entre a fluidez, a volatilidade e a efervescência, o hedonismo vai configurando nossas relações individuais e coletivas, na formação de pactos sociais. Maffesoli (2003, p. 12) destaca a personagem mitológica Dionísio (representante das atividades prazerosas) que propaga a “[...] importância do festivo, a potência da natureza e do entorno, o jogo das aparências, o retorno do cíclico acentuando o destino, coisas que fazem da existência uma sucessão de instantes eternos”.

²⁸ Estas definições sobre a sociedade contemporânea, embora compartilhem de características comuns, não se resumem apenas a uma nomenclatura distinta, são elaboradas e apresentadas com nuances e perspectivas singulares, desenvolvidas de acordo com a postura de cada teórico. Portanto, guardadas as devidas proporções sobre as duas perspectivas e as diferenças de abordagens, o objetivo é, apenas, apresentar análises da realidade social contemporânea para contextualizarmos nossa pesquisa, indicando a emergência de novas formas de relacionamentos, apreensões, identificações e experiências; no hedonismo e na força de grupos de pertença.

²⁹ Conforme propõe Maffesoli (1998, p. 189), “[...] o sensível não é apenas um momento que se poderia ou deveria superar, no quadro de um saber que progressivamente se depura. É preciso considerá-lo como elemento central no ato do conhecimento”.

Augè (2010; 1994) propõe a noção de *supermodernidade*, com a caracterização de que vivenciamos e experimentamos uma cultura de excessos, ressignificando as dimensões de tempo, espaço e indivíduo. O autor apresenta o conceito de *não-lugar*³⁰ em oposição ao sentido de lugar antropológico, aquele que se consolida sobre vivências, experiências e relações sociais, culturais e históricas, no qual há a possibilidade de se constituir legitimação, pertencimento e identificação.

As mudanças em torno dos conceitos de identidade e sujeito, também, são trabalhadas por Hall (2000), abarcando aspectos relacionados às identidades culturais na pós-modernidade. O autor, ao considerar a fragmentação das identidades, postula que a constituição da identidade é um processo de articulação e adaptação constante, podendo ser percebido em relação às *descentrações do eu*³¹ (HALL, 2000).

Essas questões acabam por, de certa forma, amparar o protagonismo da memória, vivenciado em diferentes instâncias e ambiências sociais. Na obra *Memória e Identidade*, Candau (2014) questiona e problematiza o lugar que a memória e a identidade ocupam, de fato, nas sociedades modernas. O autor ressalta que, muitas vezes, se configuram exageros no interesse do conhecimento compartilhado sobre as origens de um determinado grupo e seus desdobramentos, “[...] visando fundar a origem de uma nação, de uma sociedade ou de uma crença” (CANDAU, 2014, p. 200). A pluralidade de memórias acaba sendo mobilizada na tentativa de construir identidades mais estáveis e duradouras.

A *cultura da memória* (HUYSSSEN, 2000) se desenvolve, também, como consequência do volume de produção e circulação da informação que vem aumentando exponencialmente nas últimas duas décadas. Questões como preservação, conservação, acessibilidade, registro, produção de conhecimento e patrimônio³² emergem nas reflexões acadêmicas, institucionais e sociais.

³⁰ Este conceito é proposto por Augè (1994), como representação de espaços que não remetem a constituição de vínculos, que não promovem identificações, ausentes de sentidos.

³¹ Característica referente ao sujeito pós-moderno, que não possui uma identidade fixa, essencial ou permanente, pois suas identidades são constantemente deslocadas e fragmentadas (HALL, 2000).

³² Para Hartog (2006), a patrimonialização ocupou grande destaque desde o final do século XX, tendo com um de seus principais sintomas o empenho, por parte da *Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO)*, para universalização do patrimônio, através da criação de listas do patrimônio universal da humanidade. Destacamos, ainda, o projeto “Registro da Memória no Mundo”, criado, em 1992, com o propósito de identificar e preservar objetos, arquivos e documentos de relevante valor histórico – Maiores informações disponíveis em: <<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/flagship-project-activities/memory-of-the-world/homepage/>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

A onda mnêmica³³, que se manifesta sobre os diferentes discursos sociais (organizacionais, culturais, políticos, publicitários...), pode ser percebida como uma alternativa de controle sobre a condição efêmera das identificações. Neste cenário, podemos dizer que as relações com a memória estão elevadas à potência superlativa, na qual o antigo – o *retrô* – e o nostálgico se tornaram elementos que agregam valor. A busca de subsídios do passado constitui-se como uma faceta para um consumo intimizado (LIPOVETSKY, 2004), no qual se compra e se vende reminiscências, emoções, sensações e identificações. De acordo com D’Almeida (2014) a memória é uma questão política e social, no entanto, tem passado a ser, também, uma questão econômica/empresarial, como um capital de experiência conquistado. Diante do exposto, compreendendo as diferentes dimensões que implicam (re)apropriações da memória na contemporaneidade, direcionamos a reflexão para a memória organizacional, com o enfoque sobre as possíveis interfaces entre memória e comunicação.

2.2 Memória e Comunicação – na abordagem tecida pela ABERJE

Ao consideramos a publicação *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas...* (2004), identificamos o pioneirismo da ABERJE em promover uma aproximação entre memória e comunicação no contexto organizacional. “A Aberje é uma organização profissional e científica sem fins lucrativos que tem como principal objetivo fortalecer a Comunicação nas empresas e instituições [...]”, constituindo-se como “o principal centro de referência nacional na produção e disseminação de conhecimento e práticas de comunicação empresarial” (ABERJE, 2017).

Diante do exposto, destacamos a relevância de abordarmos este material entre nossas reflexões. A intenção é compreendermos como as interfaces são estabelecidas e propostas pelos textos que constituem a Obra, representando o pensamento na época, no princípio das discussões sobre a interface memória e comunicação no contexto das organizações. Para tanto, elaboramos um quadro para melhor apresentar a organicidade do Livro (Quadro 1).

³³ Referente à memória, a palavra mnêmica advém da Grécia Arcaica, época que fizeram da memória uma deusa, *Mnemosine*. Mãe de *Clio* – Musa da História – e de mais 08 musas procriadas ao longo das nove noites passadas com Zeus, sobre o Monte Olimpo (LE GOFF, 2003).

Quadro 1 – Livro *Memória de empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*

Título	Autor(a)	Apresentação do(a) Autor(a)³⁴
ABERTURA – Sem memória, o futuro fica suspenso no ar	Paulo Nassar	Jornalista, professor e Presidente-Executivo da ABERJE. Professor do curso de Relações Públicas da ECA-USP.
MUSEU DA PESSOA – Memória do futuro: um desafio	Karen Workman	Fundadora e diretora do Museu da Pessoa. Formação: Historiadora.
BNDES – 50 anos BNDES	Elizabeth Maria de São Paulo	Responsável pelo Departamento de Comunicação e Cultura do BNDES. Formação: Administração Pública.
PFIZER – 50 anos Pfizer Brasil	Sandra Castellano	Gerente de Comunicação Corporativa da Pfizer Brasil. Formação: Relações Públicas e Jornalismo.
FUNDAÇÃO BELGO – Projeto Memória	Leonardo Gloor	Gerente de Programas Especiais da Fundação Belgo. Graduado: Comunicação Social, com habilitação em Publicidade Propaganda.
PETROBRÁS – Projeto Memória dos Trabalhadores	Simone Porto Loureiro	Gerente de Comunicação Interna da Petrobrás. Mestre em Psicologia Social.
ELETOBRÁS Candiota, 40 anos de eletricidade a carvão	Lígia Maria Martins Cabral	Coordenadora de Pesquisa do Centro da Memória da Eletricidade do Brasil. Formação: Historiadora.
ULTRAGAZ – Projeto Espaço do Conhecimento	Isabel Ricci	Responsável pela área de Comunicação Interna e Responsabilidade Social da Cia. Ultragaz. Formação: Pedagoga.
História empresarial, mediadora do futuro	Mauro Wilson de Sousa	Professor e Pesquisador da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, ECA/USP.
CBMM – A tecnologia e as profissões em extinção	J. D. Vital	Gerente de Comunicação Social da CBMM. Formação: Filosofia e Comunicação Social.
SOUZA CRUZ – O cigarro e a responsabilidade social	Constantino Mendonça	Diretor de Assuntos Corporativos da Souza Cruz. Formação: Administração.
MEMÓRIA EMPRESARIAL – Uma análise da sua evolução	Beth Totini Élida Gagete	Fundadora, sócia e Diretora de Produção da <i>Memória & Identidade</i> . Formação: Historiadora. Responsável pela Gerência de Desenvolvimento de Projetos _ Pesquisa Histórica e Produtos Institucionais – da empresa <i>Memória & Identidade</i> . Formação: Historiadora.

Fonte: Elaborado pela autora, a partir das informações apresentadas no livro *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações* (2004).

³⁴ As informações estão baseadas conforme as apresentações expostas no Livro.

Os textos apresentam diferentes abordagens. Os títulos elucidam que há discussões mais amplas sobre o contexto histórico da memória organizacional e a importância da memória à comunicação das organizações, bem como ações específicas, realizadas por determinadas empresas. Abordamos todos os artigos apresentados no quadro 1, no entanto dedicamos mais atenção para as discussões que se propõem a apresentar um panorama sobre a temática.

As reflexões realizadas partem do sentido de comunicação que assumimos nesta pesquisa, a *comunicação densa*, contingencial, transformadora (MARCONDES FILHO, 2013a). Seguimos uma abordagem crítica, estabelecendo algumas tecituras entre nossos comentários dos artigos, exemplos empíricos sobre a memória organizacional e perspectivas de outros autores, a fim de fundamentar a construção desta discussão.

O livro, além dos 12 artigos, apresenta um Prefácio, produzido pelo Presidente do Conselho Deliberativo da *ABERJE*, Rodolfo Witzig Guttilla. Nele, a memória empresarial é proposta como “matéria estratégica”, e, portanto, configura-se como uma das “bandeiras levantadas pela *ABERJE*” (GUTTILLA, 2004). Logo após, o texto de abertura é de autoria do Prof. Paulo Nassar, intitulado *Sem memória, o futuro fica suspenso no ar*, destaca o pioneirismo da *ABERJE* em “apontar e trabalhar pela valorização da História no âmbito da Comunicação Organizacional brasileira” (NASSAR, 2004, p. 15). Sob esse enfoque, apresenta diversas iniciativas da *ABERJE* em relação à promoção da memória organizacional, associando-a à Comunicação Organizacional e às Relações Públicas. O autor chama atenção à reestruturação econômica que o Brasil viveu nos anos 1990, culminando em processos de privatizações, fusões e aquisições no cenário empresarial do país. Nessa contextualização, enfatiza a relevância histórica dos acervos empresariais.

Sob nossa perspectiva, Nassar (2004) associa à memória aos processos de gestão de informações e conhecimento, possibilitando o acesso público a esse material. A constituição de acervos, conforme expõe o autor, revela a importância da memória para além dos interesses diretos da gestão, mas como fontes de pesquisas. Além disso, o pesquisador indica a história como criadora de valor e destaca que a *ABERJE*, desde 1999, “[...] tomou para si o papel político e simbólico de demonstrar a importância da Comunicação Organizacional na defesa, na manutenção e reforço da identidade brasileira [...]” (NASSAR, 2004, p. 20).

Nassar (2004), no texto, não recorre a exemplos específicos para apresentar suas proposições. No entanto, ao enfatizar a relevância histórica dos acervos empresariais, podemos refletir sobre a disponibilização da documentação para fins de pesquisa e produção de conhecimento. Talvez, essa prática possa ser identificada no exemplo que expomos a seguir, do *Centro de Memória Bunge* (Figura 1 e Figura 2)³⁵. Acreditamos que esse exemplo elucida a relação entre memória e gestão de informações e conhecimento para acesso público, configurando a relevância histórica dos acervos empresariais, como aponta o autor.

Figura 1 – Centro de Memória Bunge – Normas de Utilização

The image shows a screenshot of the website for the Centro de Memória Bunge. The header includes the Bunge logo and a navigation menu with items: Fundação Bunge, Novidades, Projetos, Jornal Cidadania, Interatividade, Biblioteca Bunge, and Sala de Imprensa. Below the header is a search bar with a 'buscar' button. The main content area features a large blue oval highlighting the text: "Desde 1994 disponibilizando o patrimônio histórico da Bunge Brasil". Below this is a navigation menu with items: Sobre, Fundos e Coleções, Imagens, Vídeos, Áudios, Publicações, Históricos, Cadernos de Pesquisa, Anúncios Publicitários, and Documentos Históricos. A second blue oval highlights the text "Normas de utilização". Below this is a breadcrumb trail: "Home > Sobre o Centro de Memória Bunge > Normas de utilização". The main text states: "O acervo do Centro de Memória Bunge está disponível para consultas e pode ser utilizado para fins acadêmico, cultural, histórico, jornalístico e social desde que citadas as fontes de informação e fornecidos os devidos créditos ao acervo do Centro de Memória Bunge. Todas as consultas ao acervo são gratuitas." To the right, there is a section titled "Links relacionados" with a list of links: "Aviso legal", "Como trabalhamos", "Normas de utilização", and "Doações ao acervo". At the bottom, there is a section titled "Pesquisa presencial" with text: "Para pesquisas presenciais, é necessário o agendamento prévio. A solicitação deverá ser via cadastro e confirmação do agendamento por e-mail. Cadastre-se aqui."

Fonte: Portal do *Centro de Memória Bunge*.

³⁵ Utilizamos o recurso de destacar com elipses e retângulos, em tonalidade azul, as informações que identificamos relevantes para a compreensão dos comentários realizados.

Figura 2 – Centro de Memória Bunge – Documentos Históricos

Sobre Fundos e Coleções Imagens Vídeos Áudios Publicações Históricos Cadernos de Pesquisa Anúncios Publicitários Documentos Históricos

Documentos Históricos

Home > Documentos Históricos

Na área Documentos Históricos estão reunidos livros, atas, semanários e manuscritos que mostram de maneira mais direta o vínculo entre a história da Bunge, a história do Brasil e a história geral das cidades onde a empresa atuou. O Centro de Memória Bunge tem como um de seus objetivos atuar pela **responsabilidade histórica e social** já que a empresa faz parte da história da moderna indústria brasileira e enquanto tal deve registrar e divulgar sua trajetória. Os documentos selecionados fazem parte de diferentes coleções, que podem ser pesquisadas na íntegra em nosso Acervo.

Alvará da Princesa Isabel 1987

Ata da Fundação Moinho Santista 1955

Ata da Assembléia G. Constituinte 1905

Ata diretoria conselho fiscal 1907

Fonte: Portal do Centro de Memória Bunge.

Nesse caso, ressaltamos dois aspectos, o acervo está disponível à consulta, com diferentes fins; e os materiais disponibilizados não se restringem a produtos editados, mas à documentos oficiais da empresa, na íntegra, como atas de assembleias e fundações, conforme os trechos destacados sob as imagens dos documentos, representados na Figura 2. Além disso, observamos que a relação estabelecida com a memória, ressalta a “responsabilidade história e social” (Figura 2) da organização, ao atuar sobre a gestão dos documentos históricos, dando ênfase para a seguinte frase: “Desde 1944 disponibilizando o patrimônio histórico da Bunge Brasil” (Figura 1). Ainda na figura 1, podemos conferir, nas “Normas de Utilização” do acervo do *Centro de Memória Bunge*, que o acervo “está disponível para consultas”, para “ser utilizado para fins acadêmicos, cultural, histórico, jornalístico e social”. É possível identificarmos nessas proposições a relevância histórica dos acervos

empresarias, apresentadas por Nassar (2004). No entanto, ao consideramos iniciativas como essa, faz-se importante realizar diferentes ponderações, atinentes ao que deve, ou não, ser preservado; os interesses sobre esse material; preservação, conservação e manutenção desses acervos; divulgação e disponibilização, entre outras questões. Essas são pressupostos iniciais, que orientam qualquer espaço que se propõe a salvaguardar e disponibilizar informações/patrimônios.

A exposição e o acesso às informações não representam automaticamente memória, tão pouco podem ser consideradas História. Sob nossa perspectiva, há a necessidade de estabelecermos precisões conceituais, evitando análises superficiais e/ou confusões. Informações que atestam uma trajetória pretérita podem se constituir em fontes históricas, a partir de um processo de construção, sobre critérios teóricos e metodológicos específicos, em prol da verossimilhança. A História, assim, valendo-se de distintas fontes, inclusive da espontaneidade da memória, pode elucidar diferentes períodos, problematizando-os, visando o desenvolvimento social e humano.

Para esclarecer essa relação, apresentamos como exemplo o documento de fundação de uma organização. O documento, por si só, não se configura como História tampouco como memória. Para incorporar o sentido histórico, precisa passar pelos auspícios dessa área de conhecimento. Assim como o documento, propriamente dito, não se torna memória, mas possível condutor da sua evocação individual e/ou coletiva. Pode ser considerado, ainda, uma força de referência para a memória social³⁶.

A associação entre memória e gestão de informações e conhecimento, a partir da constituição de acervos empresariais (NASSAR, 2004), ratifica a importância da memória organizacional como um instrumento de gestão, agindo sobre a facilitação de recursos informacionais. Entre os objetivos do *Centro de Memória Bunge*, destacamos o trecho apresentado a seguir, o qual evidencia a relevância da “preservação da memória e seu uso como fonte de informação para a gestão empresarial” (Figura 3).

³⁶ Compreendida como um fenômeno complexo, (re)construindo coletivamente, “[...] abordando os inúmeros jogos das lembranças, os combates, as lutas em torno da preservação e da recriação do passado; um passado que não é concebido como *crystalizado*, *fixo*, mas como um processo aberto ao presente, como um leque de possibilidades para o futuro, como verdadeiro *labirinto* de lembranças” (BARRENECHEA, 2008, grifo do autor).

Figura 3 – Centro de Memória Bunge – Como trabalhamos

Sobre Fundos e Coleções Imagens Vídeos Áudios Publicações Históricos Cadernos de Pesquisa Anúncios Publicitários Documentos Históricos

Como trabalhamos [Twitter](#) [G+](#) [Compartilhar 0](#)

Home > Sobre o Centro de Memória Bunge > Como trabalhamos

O trabalho de processamento técnico revelou particularidades que precisavam ser compreendidas para melhor atender às pesquisas feitas com o acervo do Centro de Memória Bunge.

A Bunge tem uma história peculiar no que diz respeito aos processos de incorporação e fusão. Por este motivo, o Centro de Memória Bunge considerou cada empresa que fez ou faz parte do Grupo uma unidade de descrição. Os conjuntos documentais reunidos não representam a estrutura administrativa de cada uma delas, por isso privilegiamos o conceito de coleção ao de fundo.

A diversidade de tipos documentais do acervo exigiu adaptações do padrão proposto pela arquivologia brasileira. Foram adotados os gêneros documentais descritos na NOBRADE: cartográfico, eletrônico, filmográfico, iconográfico, sonoro, textual e tridimensional.

No processo de construção dos instrumentos de pesquisa, os catálogos foram privilegiados, pois atendem diretamente as demandas dos pesquisadores do Centro de Memória Bunge.

A preservação da memória e seu uso como fonte de informação para a gestão empresarial é um diferencial importante no contexto dos negócios. Incentivá-la agrega valor à gestão e é o principal foco de atuação de um centro de memória empresarial.

Links relacionados

- [Aviso legal](#)
- [Como trabalhamos](#)
- [Normas de utilização](#)
- [Doações ao acervo](#)

Publicações

Publicações técnicas e institucionais, referentes ao Acervo do Centro de Memória Bunge.

[Manual de Processamento Técnico](#)

Fonte: Portal do *Centro de Memória Bunge*.

O enfoque dado pela organização fica a cargo dos processos de gestão de informação e conhecimento organizacional. Conforme destacado na figura 3, a memória “agrega valor à gestão”, ao indicar “seu uso como fonte de informação para a gestão empresarial”, ressaltando a importância da atuação do centro de memória dessa organização. Estudos na área da Gestão do Conhecimento e da Tecnologia da Informação apresentam a importância da produção, preservação e acessos a esses materiais como capital intelectual da organização (MENEZES, 2006). Mas, se pensarmos em termos de comunicação, estamos ainda apoiados “[...] no patamar informacional, um modelo interativo em que dois polos (emissor e receptor) trocam mensagens” (SODRÉ, 2014a, p. 68).

A memória organizacional, pode ser (re)pensada sobre compromissos éticos, aberta à criticidade, à produção histórica, ao conhecimento e a pesquisa. As organizações, sob uma perspectiva *complexa*, fazem parte do contexto social, e mais, atuam sobre ele. O acesso às informações do passado, sejam elas oficiais ou não, assume relevância para além dos objetivos particulares de cada organização,

adquirindo valor público³⁷. Compreendemos que essa é uma discussão³⁸ que pode ser incorporada nas reflexões sobre a memória organizacional, numa construção interdisciplinar da Comunicação com as Ciências da Informação, a História, a Memória Social, entre outras áreas do conhecimento.

No entanto evidenciamos que nesse texto de abertura, da obra *Memória Empresarial: História e Comunicação de mãos dadas...*, essas questões não ganham centralidade no debate. A tonicidade proposta, da memória como uma ferramenta a ser explorada para os benefícios da gestão, com caráter informacional e transmissivo, se estende às abordagens dos demais artigos. No artigo de Karen Worcman, intitulado *Memória do futuro: um desafio*, a autora apresenta potencialidades da memória organizacional para as empresas. Em sua abordagem, evidenciamos, mais uma vez, a perspectiva instrumental da comunicação, apostando na relação de eficácia que a memória possa ofertar à gestão.

Se a memória na empresa for entendida como **ferramenta de comunicação**, como agente catalisador, no apoio aos negócios, como fator essencial de coesão do grupo e como elemento de responsabilidade social e histórica, então podemos afirmar que essa empresa, de fato, é capaz de transformar em conhecimento útil a história e a experiência acumulada em sua trajetória (WORCMAN, 2004, p. 23-24, grifos nossos).

A autora destaca a importância de diferenciarmos o entendimento entre memória e História. Ao apontar a característica seletiva da memória, afirma que “É a narrativa histórica que norteia a compreensão do presente – para o indivíduo e para a organização” (WORCMAN, 2004, p. 25). Nesse aspecto, propõe uma distensão temporal, enfatizando a interligação entre passado, presente e futuro. No entanto não discute sobre as dimensões críticas e éticas que possam envolver a (re)construção dessas narrativas. Mais especificamente sobre a distensão temporal, consideramos pertinente uma aproximação com as reflexões preconizadas por Ricoeur (2007), em sua obra *A memória, a história, o esquecimento*. A partir das concepções de tempo de Santo Agostinho (354-430), o filósofo vai refletir sobre as possíveis relações entre

³⁷ “O bem público ou comum é apanágio da cidadania” (SODRÉ, 2006, p. 95).

³⁸ Embora identifiquemos tais potencialidades para o Campo da Comunicação Social, não nos dedicamos a desenvolver essa discussão, apresentamos pontualmente apenas, pois incorporamos o sentido comunicacional proposto pela *Nova Teoria da Comunicação*. Nesta pesquisa, as discussões suscitadas, desta reflexão crítica, nos conduzem para outro caminho, buscando refletir sobre a interface memória e comunicação na perspectiva ontológica.

a memória (retrospectiva/passado), a promessa (prospectiva/futuro) e a potência do agir (presente). Sobre a necessidade dessas reflexões, o autor enfatiza uma preocupação pública:

[...] perturba-me o inquietante espetáculo que apresentam o excesso de memória aqui, o excesso de esquecimento acolá, sem falar da influência das comemorações e dos erros da memória – e de esquecimento. A ideia de uma **política da justa memória** é, sob esse aspecto, um de meus temas cívicos confessos (RICOEUR, 2007, p. 17, grifo nosso).

As ponderações do autor, sobre os possíveis excessos de memória, parecem não encontrarem eco nas discussões contemporâneas sobre a interface memória e comunicação no contexto das organizações. No entanto pesquisadoras da área da Comunicação Organizacional destacam que:

Mais do que vislumbrar um conjunto de técnicas e prescrições, a Comunicação Organizacional implica em compreender as interações, as trocas simbólicas que se desenvolvem a partir de pensamentos e palavras, atos e sentimentos, em espaços e projetos, portanto em espaços sociais (SCROFERNEKER; AMORIM; FLORCZAK, 2016, p. 7).

O pensamento das autoras nos impulsiona a (re)pensarmos a memória na comunicação, à compreensão sobre como se estabelecem as interações, as trocas simbólicas, os sentimentos, considerando o aspecto contingencial da comunicação, independente do que pretendemos, ou não, expressar. A *complexidade* dos ambientes organizacionais não sustenta, por muito tempo, uma ordem apaziguadora, de coesão, a partir de um conjunto de técnicas e prescrições voltadas à seleção, edição e publicização de memórias. Muito além dos produtos, no qual é exposta, a memória é viva, está nas pessoas, pulsando entre cada ato e sentimento expressado, a memória é potência evocada e (re)significada em cada detalhe vivido. Nesse sentido, a memória atua, enquanto expressão de singularidades do sujeito, no *Acontecer*, ou não, da comunicação.

Os dois artigos subsequentes, que constituem a Obra, são apresentados numa seção denominada *Resgate Histórico: dois casos*. Os textos elucidam o trabalho desenvolvido por duas organizações BNDES e PFIZER. A expressão *resgate histórico*, embora utilizada com bastante recorrência, demanda certas problematizações, pois não se trata de resgate, propriamente dito, mas de narrativas,

(re)construídas e (re)elaboradas, conforme determinados direcionamentos e interesses. Palavras são detentoras de significados, expressam e reverberam determinadas representações. Portanto, é importante agirmos com cautela e buscarmos precisões conceituais, principalmente quando ambicionamos um trabalho interdisciplinar, ao recorrermos a outras áreas de conhecimento, para abordar a memória na Comunicação.

Os próximos cinco artigos são apresentados numa seção chamada *Memória e Público Interno*. Respectivamente, os textos são: *Fundação Belgo – Projeto Memória*; *Petrobras – Projeto Memória dos Trabalhadores*; *Eletróbrás – Candiota, 40 anos de eletricidade a carvão*; *Ultragaz – Projeto Espaço do Conhecimento*; e *História empresarial, mediadora do futuro*. A partir de diferentes especificidades e abordagens, os textos ressaltam a importância da relação entre memória, identidade e legitimação. Assim, determinadas questões são demarcadas como: “[...] a utilização da **memória como ferramenta de gestão** para reforço da identidade [...]” (GLOOR, 2004, p. 54, grifos nossos); “[...] a utilização desse acervo como **ferramenta de relacionamento e de valorização da marca** da empresa junto aos empregados e à sociedade” (LOUREIRO, 2004, p. 69, grifos nossos); “[...] agregar o corpo de funcionários, valorizar seu papel na empresa; recuperar a motivação; promover a aproximação da nova direção com os empregados e estimular o recomeço” (CABRAL, 2004, p. 79); “[...] perenizar a marca e seu diferencial competitivo e para o suporte das ações de **responsabilidade social e histórica**, estabelecendo o elo passado-presente-futuro” (RICCI, 2004, p. 86, grifo nosso). Essa seção do livro, tal como as demais, empenha-se em apresentar a memória como uma ferramenta de gestão, sob uma perspectiva transmissiva de determinadas informações. Logo o aspecto informacional ganha áurea afetiva quando apresentado como memória, pois sob essa perspectiva a informação é acrescida de personalidade, ao estar associada à dimensão da memória, como uma faculdade essencialmente humana.

O último artigo dessa seção apresenta outro enfoque, concentrando-se na discussão entre espaço público e organizações. Dessa forma, ressalta que:

A Comunicação e as tecnologias de sua realização deixam de ser apenas instrumentais e passam a se colocar como mediadoras de saberes, de práticas culturais, de formas, determinações e estratégias de poder. Vivem-se na contemporaneidade das empresas, conflitos e tensões que podem significar mudanças que o contexto mais amplo do

capitalismo pode implicar, especialmente com a expansão das tecnologias de comunicação (SOUSA, 2004, p. 96).

As considerações realizadas por Sousa (2004) revelam a importância de um senso crítico, aliado à pragmática, quando pensamos as relações entre memória, Comunicação e História. No entanto o que evidenciamos, ao longo dos artigos publicados no livro *Memória Empresarial: História e Comunicação de mãos dadas...*, é a ênfase sobre as potencialidades que a memória pode oferecer à gestão, na medida em que se associa a construção de significâncias, de identificações e de legitimações da organização frente aos diferentes públicos. Nesse caso, a importância comunicacional se restringe a um meio transmissivo de operacionalizar tais processos, já fundamentados por outras áreas do conhecimento, como a História e a Sociologia. Contudo, essas apropriações, direcionadas à eficácia dos objetivos organizacionais, parecem não incorporar as perspectivas críticas que emergem dessas relações.

O próximo artigo, assinado pelo Gerente de Comunicação Social da *Companhia Brasileira de Mineração e Metalurgia (CBMM)*, concentra-se em descrever o trabalho desenvolvido em torno da preservação da história das profissões em extinção. O autor relata um projeto, desenvolvido em parceria com o *Museu da Pessoa*, de entrevistas com trabalhadores que desempenhavam atividades extintas ou em processo de extinção, enfatizando a importância desses depoimentos para a preservação da memória dessas profissões. No entanto não há nenhuma informação sobre o acesso a esse material, na íntegra.

O penúltimo artigo não aborda diretamente as questões relacionadas à memória e a História, concentrando-se sobre a descrição de algumas ações de responsabilidade social promovidas pela empresa *Sousa Cruz*³⁹. Além disso, o texto apresenta um pouco da trajetória da empresa, enfatizando a preocupação com o constante fortalecimento da imagem institucional, juntos aos diferentes públicos. Assim, descreve: “Acreditamos que a nossa história e as nossas realizações nos credenciam como uma empresa responsável” (MENDONÇA, 2004, p. 111).

O livro é encerrado com um texto assinado por duas historiadoras, Beth Totini, fundadora da empresa *Memória & Identidade*, e Élide Gagete, Gerente de

³⁹ Destacamos que essa é uma empresa tabagista. Segundo o pesquisador Wilson Bueno (2003), independente das ações promovidas, sua responsabilidade social necessita ser questionada, haja vista a natureza do seu negócio.

Desenvolvimento de Projetos – Pesquisa História e Produtos Institucionais da mesma organização. As autoras apresentam diversas possibilidades da memória organizacional, dando ênfase às possibilidades de diferentes produtos de memória (livro história-institucional; outras publicações institucionais, vídeos e cd-rom; relatórios internos/estudo de caso; conteúdos para internet/intranet; *showroom* histórico/museu empresarial; exposições e produtos e suporte; centros de documentação e memória). Assim, consideram que:

As fontes e informações históricas, reunidas e analisadas a partir de pesquisa sistemática, transformam-se em valiosas matérias-primas não apenas para a análise dos caminhos vividos pela empresa como para a elaboração de diferentes produtos, de acordo com as ações estratégicas corporativas de comunicação interna e externa e os públicos-alvo visados (TOTINI; GAGETI, 2004, p. 121).

Manifesta-se, novamente, a prevalência da relação instrumental e prescritiva, visando à eficácia dos processos de gestão através de uma operacionalização histórica. Contudo, antes de descrever os produtos e suas potencialidades, as pesquisadoras dissertam sobre o desenvolvimento do conceito de memória empresarial, no contexto brasileiro e europeu, destacando o pioneirismo dos Estados Unidos, com a criação da *Business Historical Society*, a partir das *business schools*.

Nos últimos anos, no Brasil e, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, diversas empresas e instituições têm se valido de projetos de memória empresarial como ferramenta de gestão estratégica, quer no que se refere ao auto-conhecimento necessário às tomadas de decisão do presente e ao planejamento do futuro, quer na construção de políticas de relacionamento com seus *stakeholders* (TOTINI; GAGETI, 2004, p. 120).

As autoras reafirmam as potencialidades da memória organizacional em relação à gestão de informações e conhecimento, conforme apresentamos anteriormente. Além disso, reforçam as manifestações precedentes, enfatizando seu uso como uma “ferramenta de gestão” sobre os relacionamentos com seus públicos de interesse.

Sob nossa perspectiva, as abordagens propostas acabam reiterando a dimensão funcional da comunicação (SODRÉ, 2014a), sem problematizar os possíveis excessos de memória (RICOEUR, 2007). Conforme exposto, entendemos que as configurações apresentadas na obra *Memória de Empresa: História e*

Comunicação de mãos dadas... constituem uma interface entre memória e informação, restringindo a comunicação a uma “ferramenta de gestão”, na qual a memória torna-se mais um recurso a ser trabalhado e transmitido, buscando promover relações de pertencimento e identificações. A abordagem permanece instrumental e unilateral.

Em seguimento, elegemos como referência o estudo realizado sobre o *Estado da Arte da Pesquisa Brasileira em Comunicação sobre Memória Organizacional* (CRUZ, 2014a; 2014b; 2013). A pesquisadora constata que o volume de produção sobre a temática representa menos de 1% dos trabalhos do campo da Comunicação. No entanto Cruz (2013) considera que:

Longe de significar ser este um assunto de pouca relevância, a baixa incidência de estudos no campo da Comunicação indica que há um grande espaço para o desenvolvimento de novas pesquisas sobre o tema, que problematizem os usos que as organizações vêm fazendo das práticas memorialistas e avancem no questionamento da produção. Configurando-se, portanto, numa oportunidade temática para os pesquisadores da área da Comunicação, especialmente aqueles que se debruçam sobre as práticas comunicacionais das organizações e nas organizações (CRUZ, 2013, p. 142).

Na pesquisa realizada pela autora foram elaboradas cinco chaves conceituais, articuladas aos seus *usos* (conforme denominação da autora) nas [e pelas] organizações, para elucidar as linhas de produção da memória na comunicação. A análise é apresentada nas considerações expostas no quadro 2.

Quadro 2 – Chaves conceituais da Memória Organizacional

Chave conceitual	Usos
1. Memória como estratégia de comunicação.	Ferramenta de disseminação dos valores das organizações e como meio de ampliar o seu reconhecimento perante a sociedade.
2. Memória como cultura organizacional.	Gestão de pessoas, desenvolvendo o senso de identificação e de pertencimento, por meio da transmissão de valores institucionais.
3. Memória como gestão do conhecimento.	Função utilitária da memória no processo de preservação do conhecimento construído na organização, sua recuperação e compartilhamento.
4. Memória como trajetória institucional.	Resgate da história de uma organização.
5. Memória como saber coletivo.	Sentido próximo à abordagem antropológica de cultura, como o conjunto de valores, crenças, símbolos e significados de uma coletividade.

Fonte: Cruz (2014b, p. 8).

O viés instrumental é evidenciado nas análises apresentadas por Cruz (2014b). Tal abordagem acaba sustentando a prevalência de dimensões prescritivas e transmissivas, conforme já identificamos na obra *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas...* A memória, assim, é abordada como mais um insumo a ser administrado para as consecuições exitosas da organização, relacionando-a as noções de ferramenta, transmissão, função utilitária e resgate.

Da pesquisa realizada pela autora, destacamos três publicações, *Memória e comunicação organizacional no Brasil: interfaces* (2014a); *Inventário: o lugar da memória organizacional na pesquisa em Comunicação no Brasil* (2014b); e *Estado da arte da pesquisa brasileira em comunicação sobre memória organizacional* (2013). A primeira referência trata das interfaces entre a cultura da memória e as ações oficiais de comunicação, através da análise do programa de duas empresas: Memória Natura e Memória Bunge. As reflexões foram concentradas sobre “[...] os usos que a comunicação organizacional faz da memória das organizações para produzir discursos de identidade e estabelecer relacionamentos com seus públicos” (CRUZ, 2014a, p. 15). Os dois títulos subsequentes apresentam resultados da pesquisa realizada sobre o estado da arte.

Mesmo com os baixos índices de produção, conforme constata Cruz (2013), a memória vem sendo objeto de reflexão, associada às dimensões de pertencimento, identidade, vínculos, estratégia, poder, cultura, gestão do conhecimento,

responsabilidade social e *storytelling*/narrativas. Sob essa perspectiva, Cogo (2012) indica a necessidade de um novo paradigma narrativo, ao enfatizar que, na contemporaneidade, estão presentes os multiprotagonismos, o adensamento das fontes de confiança e a sobrecarga de mensagens circulantes. Essas questões impactam o processo comunicacional nas organizações, a partir da configuração de redes mais horizontalizadas. O autor apresenta que: “A pesquisa vai em busca da força da memória organizacional como legitimadora das diretrizes comunicacionais e do *storytelling* como recurso narrativo de confiança” (COGO, 2012, p. 43).

A pesquisa de Paulo Nassar (2006), precursora na Área, vem embasando muitos trabalhos, como referencial para a produção de novos estudos sobre a discussão da memória nas organizações contemporâneas. Em sua tese doutoral, o pesquisador concentra suas análises sobre as imbricações entre as relações públicas e a história organizacional brasileira, bem como as perspectivas advindas dessas conexões, desde década de 1990. O autor discute sobre a importância dos trabalhos de história empresarial, destacando a relevância de programas permanentes nas organizações, para reforçar o sentimento de pertencimento em meio aos seus públicos estratégicos. A tese, produzida por Nassar, é indicada como “referencial conceitual na área” (CRUZ, 2013, p. 131), dando origem ao livro *Relações Públicas: a construção da responsabilidade histórica e o resgate da memória institucional das organizações*. Conforme Cruz (2013) esse é o título mais citado entre os trabalhos que constituem o *corpus*⁴⁰ de seu estudo sobre o *Estado da Arte da Pesquisa Brasileira em Comunicação sobre Memória Organizacional*.

Na perspectiva dos autores que assinam o maior número de artigos sobre a memória organizacional, publicados em periódicos (CRUZ, 2013), a memória, associada à comunicação, ganha relevância estratégica. Conforme os pesquisadores,

A organização, por meio de suas estruturas comunicacionais e relacionais, continuamente elabora e reelabora suas memórias, para

⁴⁰ Por meio de levantamento prévio, realizado pela autora, destacamos que somente a partir de 2004 é possível encontramos a temática da memória organizacional na produção científica da Comunicação, no Brasil. Sendo assim, a pesquisa teve como recorte temporal o período entre 2013-2004, adotando o ranking de periódicos da Capes (edição 2012) para a Grande Área Ciências Sociais Aplicadas I, considerando somente os periódicos da área da Comunicação, classificados nos níveis A1, A2, B1, B2, B3, B4 e B5. Sob a mesma orientação de busca, a pesquisa abrangeu as teses e dissertações produzidas nesse período. Completando o seu *corpus*, foram considerados, ainda, os trabalhos publicados nos Anais de quatro congressos: *Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP)*, *Congresso Internacional em Comunicação e Consumo (COMUNICOM)*, *COMPÓS* e *INTERCOM*.

ajustá-las e usá-las em uma comunicação influenciada por demandas de origens mercadológicas, institucionais, históricas, sociais, políticas, econômicas, tecnológicas e comportamentais de dado momento (NASSAR; COGO, 2013, p. 88).

Ainda sobre as possíveis relações entre memória e estratégia, referenciamos o artigo de Andreoni e Gomes (2012). Os autores destacam que as ações em torno da memória, no ambiente organizacional, podem ser desenvolvidas como suporte e contexto da prática da estratégia. Assim,

[...] as efemérides empresariais parecem constituir uma forma de mobilização de questões relativas a memória e a identidade, despertando o sentimento de identificação em seus diferentes públicos. Esse sentimento, por sua vez, fomentado por práticas comunicacionais, nos parece um elemento que dá suporte à prática da estratégia nas organizações (ANDREONI; GOMES, 2012, p. 81).

Destacamos que a relevância estratégica⁴¹ é apresentada como uma das chaves-conceituais da pesquisa de Cruz (2014b), a “Memória como estratégia de comunicação”, entendida como “Ferramenta de disseminação dos valores das organizações e como meio de ampliar o seu reconhecimento perante a sociedade” (CRUZ, 2014b, p. 8), conforme apresentado no quadro 2. Sob essa perspectiva, consideramos que a memória organizacional é direcionada à gestão da comunicação. O enfoque sobre o *fazer*, nos *usos* e resultados, também, pode ser evidenciado nas concepções propostas por Nassar e Cogo.

O resgate histórico, através da contação de histórias ou *storytelling*, conforma-se num formato atrativo e de repercussão, dando visibilidade à mensagem oficial mesmo em tempos de diversidade de fontes emissoras. [...] Um centramento estratégico da narrativa, se localizado na memória organizacional como estimuladora de significados e geradora de pertencimentos, deve considerar a necessidade de recriação de formatos interativos como força atrativa diante da atenção pulverizada (NASSAR; COGO, 2011, p. 2).

⁴¹ A comunicação estratégica pode ser compreendida sob diferentes perspectivas, conforme apresentado e debatido por Gomes (2014). No entanto, neste caso, faz referência ao pensamento de Oliveira e Paula (2008) ao destacarem cinco componentes essenciais da comunicação estratégica. A saber: tratamento processual da comunicação, inserção na cadeia decisória, gestão dos relacionamentos com os atores sociais, uso sistemático de planejamento e monitoramento de desempenho e contribuição para os resultados organizacionais.

O pensamento dos autores, mais uma vez, destaca e reafirma a relação instrumental entre memória e comunicação, da memória como uma “ferramenta” a ser utilizada pela comunicação. Entendemos que a insistência sobre a mesma abordagem, talvez, possa tangenciar outros aspectos que poderiam ser considerados nas pesquisas acadêmicas, bem como delimitar a comunicação ao *status* de ferramenta. Ao considerarmos o pioneirismo da *ABERJE* sobre a temática, conforme destaca NASSAR (2004), é possível identificamos que a abordagem traçada pela Associação, em 2004, com a obra *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas...*, é reverberada nas produções subsequentes sobre o pensamento da memória organizacional, no campo da Comunicação no contexto das organizações.

No entanto a memória, enquanto dimensão social e, portanto, organizacional, trata-se de uma construção. Essa característica não é isenta de interesses e arbitrariedades que vão se (re)constituindo em relações de poder (FOUCAULT, 1998), sendo passíveis de críticas e reorganizações.

Entretanto as pesquisas parecem se concentrar sobre um enfoque específico, enfatizando, de maneira recorrente, as potencialidades da memória à gestão estratégica da comunicação no contexto das organizações. Concordamos com Cruz (2014b), ao expor que:

A leitura que se faz é que o pensamento científico nacional do campo comunicacional referenda o papel que a própria comunicação organizacional toma para si: a incumbência de formalizar o papel estratégico da utilização da memória nas organizações (CRUZ, 2014b).

A pesquisa realizada por Cruz (2014b; 2013), teve como recorte temporal dez anos, abarcando o período de 2004-2013. Com o intuito de evidenciar se novas abordagens e/ou problematizações foram apresentadas à Área, realizamos uma investigação, considerando os Anais de dois congressos do campo da Comunicação – *INTERCOM* e *COMPÓS*, também contemplados no *corpus* da pesquisa realizada por Cruz (2014a; 2014b; 2013). Sendo assim, o estudo abrange os trabalhos apresentados de 2014 a 2017.

2.3 Memória e Comunicação – em busca de novas abordagens

Para a realização desta pesquisa, concentramos o estudo sobre os trabalhos publicados nos Anais da *COMPÓS* e da *INTERCOM*, abrangendo o GT *Comunicação no Contexto das Organizações* e o GP *Relações Públicas e Comunicação Organizacional*, respectivamente. Com intuito de identificarmos possíveis abordagens à memória nos artigos, estabelecemos como enfoque os títulos, palavras-chave e resumos, observando sua incidência entre um desses três pontos, indicando, ou não, a necessidade de aprofundamento da leitura. A totalidade do material reunido, com esta investigação, é apresentada em forma de quadros, nos apêndices 1 e 2. A intenção inicial era abarcarmos um período de onze anos (2007-2017), no entanto, considerando a pesquisa produzida por Cruz (2014a; 2014b; 2013), conforme já mencionado, reduzimos para 2014-2017. Em relação ao GT *Comunicação no Contexto das Organizações (COMPÓS)* a pesquisa é circunscrita ao ano de 2014, haja vista a extinção do Grupo no ano subsequente.

Nesses quatro anos, mapeamos um total de 238 trabalhos, sendo 10 artigos correspondentes ao GT *Comunicação no Contexto das Organizações (COMPÓS)* e 228 publicados nos Anais do GP *Relações Públicas e Comunicação Organizacional (INTERCOM)*. Entre todos os textos, apenas cinco abordam a palavra memória entre o título, resumo e/ou palavra-chave, todos apresentados na *INTERCOM*. Diante do exposto, elaboramos um quadro síntese com as principais informações sobre esses trabalhos (Quadro 3).

Quadro 3 – Trabalhos publicados nos Anais do GP *Relações Públicas e Comunicação Organizacional (INTERCOM)* que apresentam a palavra memória (2014-2017)

Título	Palavras-chave	Abordagem	Autor(a)	Ano
Discurso e Comunicação de Memória nas Organizações: o espaço Memória Banrisul como cena de enunciação da memória institucional	Comunicação. Discurso. Memória Institucional.	Propõe uma discussão acerca dos discursos memorialistas produzidos pelas organizações, analisando as estratégias discursivas utilizadas para a comunicação da memória institucional.	Daniela Seibt	2017

Reforma urbana do Porto Maravilha: memória e identidade nas narrativas para a construção da “marca Rio”	Comunicação institucional. Memória. <i>Branding</i> . Porto Maravilha. “marca Rio”.	A construção da memória coletiva a partir de diferentes discursos, relacionados com as questões de identidade.	Flávia Barroso de Mello	2017
Memória Organizacional e o consumo dos jovens: pistas sobre um relacionamento em construção	Memória Organizacional. Consumo de jovens. História. Reputação. Havaiana	A memória organizacional como estratégia na formação da imagem, identidade e reputação das empresas que optam pela valorização do passado e pela incorporação de experiências dos <i>stakeholders</i> à história organizacional.	Wanessa Valeze Ferrari Bighetti	2016
A memória organizacional – um estudo sobre vários enfoques Estudo de Caso – Farmácia Natura e o Museu Farmacêutico Moura em Pelotas	Memória. Comunicação Organizacional. Cultura Organizacional. Museu Farmacêutico.	Análise dos diferentes enfoques sobre a memória organizacional e as reais condições em que o trabalho nesta área é articulado nas organizações brasileiras.	Margareth de Oliveira Michel. Jerusa de Oliveira Michel. Cristina Geraledes da Porciúncula	2015
Uso da internet para consolidação da democracia por meio da preservação da memória de entidades públicas: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil	Memória Organizacional. Imagem. Reputação. Democracia. Internet.	A importância da preservação da memória organizacional, das instituições públicas, para a história de uma sociedade e, também, para a realização da gestão da comunicação, para o fortalecimento da imagem institucional e à construção da reputação.	Wanessa Valeze Ferrari Bighetti. Rosane Andrelo.	2014

Fonte: Elaborado pela autora, a partir das informações apresentadas nos artigos.

Os trabalhos que abordam a temática nos estudos da Comunicação no contexto das organizações representam 2,1% da produção, considerando o *corpus*

selecionado. Embora haja movimentos de pesquisadores e de organizações no sentido de aproximar a memória da comunicação, o número de trabalhos é pouco expressivo, conforme já apresentava o estudo de Cruz (2014a; 2014b; 2013), indicando diminuto interesse reflexivo sobre a temática. Nos últimos quatro anos, a memória foi temática apresentada nas discussões do GT *Relações Públicas e Comunicação Organizacional (INTERCOM)* somente em um trabalho por ano, com exceção de 2017, quando esteve como pauta em dois artigos. Relembramos que na *COMPÓS* não identificamos trabalhos com abordagem sobre a temática da memória.

O trabalho, intitulado *Discurso e Comunicação de Memória nas Organizações: o espaço Memória Banrisul como cena de enunciação da memória institucional*, conforme destacado no quadro 3, compreende a memória sobre uma abordagem estratégica. Para a autora, a memória possibilita às empresas criarem “[...] um **canal estratégico de comunicação** com os stakeholders, permitindo que se estreitem os laços de identificação e contribuindo para a criação de uma boa imagem organizacional” (SEIBT, 2017, p. 14, grifo nosso). A comunicação nos parece ser compreendida como um recurso tático para gerar identificação dos públicos, reduzindo a *complexidade* da comunicação à dimensão de canal.

A questão da identidade, também, é retratada no outro texto apresentado em 2017, denominado *Reforma urbana do Porto Maravilha: memória nas narrativas para a construção da “marca Rio”*, no entanto, sob outra perspectiva. Mello (2017) discute sobre processos de revitalizações urbanas na contemporaneidade, associados à constituição de uma memória coletiva, considerando o caso do *Porto Maravilha*, na cidade do Rio de Janeiro. A autora estabelece um diálogo com os Estudos Culturais e, mais especificamente, com a História Cultural, imprimindo uma abordagem crítica sobre a complexidade desse fenômeno hodierno, no qual as transformações ocorrem associadas a um processo de construção de memória. Com efeito, problematiza os interesses relacionados com essa construção, considerando a realização de um trabalho de *enquadramento da memória*, conforme expõe o sociólogo austríaco Michel Pollak, “[...] numa dinâmica de lembrar, esquecer, apagar e silenciar, que se vale de um conjunto de representações para buscar estabelecer um imaginário hegemônico no contexto social” (MELLO, 2017, p. 8). A pesquisadora ressalta que o enfoque direcionado à memória, pelas organizações, se configura como um esforço de construção de uma imagem desejada, corretiva de possíveis percepções negativas. Assim, destaca que:

Os discursos que trazem o passado para revisitar o presente e o futuro, poderiam levar a crer numa busca de construção individualizada de uma imagem para a cidade. Mas, ao contrário, se perdem nos processos de racionalidade modernizadora da globalização, provocando, enfim, uma imagem de marca homogeneizada do ponto de vista mercantil, semelhante à de outros modelos de cidade promovidas no mercado mundial (MELLO, 2017, p. 11).

A discussão, realizada pela autora, apresenta um contraponto às demais reflexões abordadas até o momento, ao priorizarem as potencialidades da memória como um recurso a atender os interesses da gestão. Mello (2017), sob nossa perspectiva, busca uma discussão interdisciplinar com a História e os Estudos Culturais para (re)pensar essas relações. Suas críticas, tecidas em relação a essas associações, são centradas em aspectos sociais.

O artigo *Memória Organizacional e o consumo dos jovens: pistas sobre um relacionamento em construção*, publicado nos Anais de 2016, recorre, também, à associação da memória organizacional como estratégia de comunicação, “[...] com o objetivo de facilitar o relacionamento com seus públicos, [...] fortificando sua imagem, identidade, reputação” (BIGHETTI, 2016, p. 1). A memória é compreendida como um recurso a facilitar a abordagem comunicacional, na medida em que “[...] a empresa pode **despertar o sentimento de afeto**, ressaltar a importância da participação deste público na história organizacional e, assim, validar sua trajetória ao longo dos anos” (BIGHETTI, 2016, p. 2, grifos nossos). Dessa forma, “[...] muitas empresas estão investindo na **memória organizacional como estratégia para fisgar o público jovem**” (BIGHETTI, 2016, p. 8, grifos nossos). Considerando a pluralidade das memórias que possam emergir entre a relação públicos/empresa, a pesquisadora destaca a memória organizacional como uma possibilidade de:

Recuperar **fragmentos deste relacionamento e trabalhá-lo estrategicamente, com vistas à unidade de discurso**, é recuperar tradições que dizem respeito a sua trajetória, é garantir o reforço necessário capaz de validar a história organizacional e de **legitimar as atitudes empresariais** [...] (BIGHETTI, 2016, p. 8, grifos nossos).

Entretanto, sob outra perspectiva, é importante (re)pensarmos essas abordagens, considerando a instrumentalização dos afetos. Sodré (2006) reflete sobre essa questão, considerando as *estratégias sensíveis*, enquanto operadas pela mídia

e pela publicidade. Para o autor, trata-se de “[...] como estratégias racionais não espontâneas podem instrumentalizar o sensível manipulando os afetos” (SODRÉ, 2006, p. 11).

O próximo texto que destacamos, apresentado em 2015, é denominado *A memória organizacional – um estudo sobre vários enfoques Estudo de Caso – Farmácia Natura e o Museu Farmacêutico Moura em Pelotas*. As pesquisadoras, ao reiterarem que as organizações “[...] estão inseridas em ambientes complexos de relações fluídas, incertas e inseguras” (MICHEL A.; MICHEL J.; PORCIÚNCULA, 2015, p. 3), buscam “[...] refletir sobre a memória organizacional como um fator de comunicação e de relacionamento com os públicos organizacionais (MICHEL A.; MICHEL J.; PORCIÚNCULA, 2015, p. 8). A partir de um estudo direcionado, as autoras consideram que:

[...] a memória organizacional é realmente um elemento facilitador de relacionamentos com os públicos organizacionais pois reforça os vínculos com os funcionários e colaboradores aproximando-os da organização, especialmente no que se refere a questão de pertencimento nas organizações em que a abordagem interpretativista favorece relações dialógicas e participação de seus integrantes. Também contribui de maneira significativa para a **identidade da organização no mercado, fortalecendo a marca e passando uma imagem sólida e com credibilidade** (MICHEL A.; MICHEL J.; PORCIÚNCULA, 2015, p. 14, grifos nossos).

Diante do exposto, evidenciamos, mais uma vez, o direcionamento pautado na apresentação da memória organizacional como recurso à comunicação estratégica, destacando sua função como facilitadora de relacionamento, de identidade, de fortalecimento da marca, imagem e credibilidade. A recorrência dessa abordagem parece configurar certo direcionamento hegemônico à memória organizacional, nos estudos comunicacionais, no contexto das organizações. Dessa forma, nossas reflexões, por vezes, acabam se tornando repetitivas no decorrer do texto.

O último artigo mapeado em nossa investigação, publicado em 2014, é apresentado pelo título *Uso da internet para consolidação da democracia por meio da preservação da memória de entidades públicas: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil*. Nesse texto, o enfoque está direcionado a refletir sobre a memória organizacional em instituições públicas, considerando a sua importância à gestão da comunicação, destacando, também, suas potencialidades em relação ao fortalecimento da imagem e à construção da

reputação. As autoras propõem realizar uma análise comparativa entre dois sites governamentais, em dois contextos distintos, Brasil e Inglaterra. Destacam como objetivo, “[...] verificar como cada site está utilizando o espaço destinado à memória institucional como uma prática comunicativa voltada à manutenção da imagem corporativa e como mecanismo de aprimoramento da democracia⁴²” (BIGHETTI; ANDRELO, 2014, p. 2). A partir da análise, compreendem que:

[...] apesar de ambos os portais valorizarem e entenderem a importância da memória para manter viva a história de uma sociedade, aprimorar a democracia, fortificar a imagem institucional e, com isso, construir uma boa reputação, a forma adotada para cumprir com este objetivo e a atenção destinada a este recurso faz grande diferença no resultado alcançado (BIGHETTI; ANDRELO, 2014, p. 14).

As pesquisadoras consideram diferenças significativas entre as duas abordagens, observando que, no caso brasileiro, o tratamento da memória é direcionado “[...] mais como ferramenta propagandística do governo do que como real recurso para preservação da história da sociedade” (BIGHETTI; ANDRELO, 2014, p. 14). A partir do exposto pelas autoras, podemos ressaltar que, além das potencialidades da memória organizacional à gestão, as formas, os conteúdos e as abordagens que vem conformando as práticas da memória também podem ser foco de observação reflexiva dos pesquisadores. A nosso ver, proposições, nesse sentido, poderiam assumir pauta com mais recorrência, ao considerarmos as pesquisas sobre a memória organizacional, nos estudos comunicacionais, no contexto das organizações.

Sob nossa perspectiva, a memória organizacional, como vem sendo abordada e explorada pela Área, reflete a interface memória e informação, apresentando a comunicação como sinônimo de informação. Reconhecemos a importância dessas discussões e (inter)relações às reflexões sobre os processos de gestão de informações e produção de conhecimento. Entretanto, sob o sentido de comunicação que assumimos, ela não representa uma interface entre memória e comunicação, mantendo o enfoque sobre uma *comunicação funcional* (SODRÉ, 2014a).

⁴² A relação com o aprimoramento da democracia pode ser associado às reflexões que tecemos sobre o sentido de valor público à memória organizacional, a partir do exemplo do *Centro de Memória Bunge* (Figura 2), na subseção 2.2.

3. OBSERVANDO A PAISAGEM – MEMÓRIA ORGANIZACIONAL NAS PRÁTICAS ORGANIZACIONAIS

A memória perdida não era uma memória individual, nem uma simples memória coletiva, mas já era uma memória instruída no modo da sacralidade (RICOEUR, 2007, p. 413).

De acordo com os pressupostos teóricos assumidos, evidenciamos a ausência da interface entre memória e comunicação, na produção acadêmica que observamos sobre a memória organizacional. Propomos uma discussão teórica sobre a temática, valendo-nos de exemplos para contribuir e elucidar o nosso pensamento. Para tanto, recorreremos aos portais corporativos de determinadas organizações, que abordam a temática da memória, relacionando-a com a comunicação. Reiteremos que o nosso pensamento sobre comunicação é orientado pelas premissas da *Nova Teoria da Comunicação*, associado à uma compreensão *complexa* das organizações.

Para evidenciar diferentes práticas da memória organizacional, recorreremos a portais e produtos institucionais associados à temática. A opção por determinadas organizações foi realizada considerando seu alcance nacional, a existência de seções dedicadas à apresentação da memória e história da empresa em seus portais e o desenvolvimento de ações relacionadas à memória organizacional. Optamos em recorrer às empresas que atuam em diferentes segmentos do mercado (cosméticos, mercado financeiro, construtoras...), buscando identificar distintas abordagens em relação à interface memória e comunicação, sob a configuração da memória organizacional. Individualmente, explica-se a escolha do *BNDES*, por estar referenciado na obra editada pela *ABERJE*, abordada anteriormente nesta pesquisa. A *Votorantim* e a *Bunge* por fazerem parte da *Rede de Centros de Memória Empresarial*. A *Odebrecht* por ser a primeira, no Brasil, a constituir um Núcleo de Memória (1984). A *Natura* por ser uma organização que não foi apresentada no livro da *ABERJE* e não está vinculada à *Rede*, mas é uma das pioneiras no interesse da manutenção da trajetória e memória empresarial, criando o *Memória Viva Natura* em 1994. O *Museu da Pessoa* e a *Memória & Identidade* são incorporados às reflexões devido ao fato de serem as duas mais antigas empresas direcionadas à desenvolverem projetos, programas e/ou produtos de memória organizacional para as organizações.

O desafio é desenvolvermos sensibilidades para percebemos as interferências e as transformações que estão acontecendo ao nosso redor, nos libertando das amarras do pragmatismo. “O ‘como fazer’ e ‘como aplicar’ – essas obsessões cognitivas que denotam timidez do intelectual para criar seus próprios caminhos – redundam em receitas de pesquisa e metodologias frankensteinianas” (ALMEIDA, 2008, p. 13, grifos da autora).

A abordagem *complexa* pode sofrer resistência nos espaços organizacionais/empresariais, quando insistem em traduzir, representar, sua dinamicidade heterogênea em ferramentas e planejamentos estanques e transmissivos. Chanlat (2010), ao contestar essa concepção instrumental e manipuladora, critica posturas obsessivas em torno da eficácia, do rendimento e da produtividade predatória que encontramos em muitas organizações. De acordo com o autor, essa obsessão leva “[...] pesquisadores a concentrar seus interesses nestas questões e a reduzir seus esforços a simples técnicas de controle” (CHANLAT, 2010, p. 24).

Segundo Chanlat (2010), o comportamento organizacional se estrutura como uma imensa colcha de retalhos, um campo aberto a quase todos os ventos teóricos. No interior desse conjunto complexo, situam-se as dimensões: cognitiva e da linguagem; espaço-temporal; psíquica e afetiva; simbólica; da alteridade e psicopatológica. O autor refere-se a essas dimensões como esquecidas e, portanto, as traz à reflexão para revelar, com maior transparência, sua organicidade complexa. Cada dimensão⁴³ nos propõe refletir sobre questões fundamentais da realidade organizacional. No entanto muitas vezes acabam sendo desconsideradas, ignoradas, e até certo ponto, sufocadas. Nesta perspectiva, buscamos perceber a organização, sob sua dimensão *complexa*, rompendo com possíveis percepções reducionistas, que admitem apenas do viés econômico e burocrático.

As reflexões acadêmicas em torno da Comunicação no contexto das organizações vêm apresentando novas dimensões, propondo abordagens à visão mecanicista e transmissiva da comunicação. Scroferneker (2008), através do pensamento *Complexo*, desenvolve seus estudos sobre a compreensão da Comunicação Organizacional, no sentido de romper com as barreiras do Paradigma Simplificador. Conforme Silva (2008):

⁴³ Para maior detalhamento, sobre as questões trabalhadas em cada dimensão, ver Chanlat (2010).

Tudo na complexidade requer comunicação e organização. De certa forma, a complexidade é a organização da comunicação e a comunicação da organização. Não há comunicação sem organização nem comunicação sem complexidade. Não seria descabido afirmar que a comunicação organizacional é a organização complexa da comunicação na complexidade de uma organização (SILVA, 2008, p. 8).

A relação entre comunicação/complexidade/organizações, proposta pelo autor, evidencia a importância de (re)pensarmos a comunicação no contexto das organizações, para além da perspectiva transmissiva e do aspecto informacional. (Re)pensar a Comunicação no contexto das organizações, sob a *complexidade*, pode contribuir, portanto, com o desenvolvimento e fortalecimento de uma reforma de caráter reflexivo e epistemológico na Área. De acordo com Morin (2013, p. 184), é uma questão de “[...] substituir o paradigma que impõe o conhecimento por disjunção e redução, por um paradigma que pretende conhecer por distinção e conjunção” (MORIN, 2013, p. 186). Diante do exposto, antes de partirmos às reflexões sobre a memória organizacional, apresentamos, brevemente, os fundamentos que constituem o pensamento *complexo*.

3.1 Paradigma da Complexidade

As características de instabilidade, insegurança, caos e desordem que conformam a contemporaneidade, por muitas vezes, são desnaturalizadas por condicionamentos arraigados na busca de certezas absolutas. Vivemos atrás de sinalizações que indiquem rotas “plenamente” confiáveis, retilíneas e seguras. Ensejamos receitas para o sucesso, procuramos modelos que subsidiem o “como fazer” e “como aplicar”.

Cientes dessas condições que emergem de um longo processo cultural, optamos por romper com as pretensas seguranças, que acabam nos mantendo em territórios confortáveis. Nesta pesquisa, buscamos (des)acomodar nossos olhares para um horizonte aberto, paradoxal e incerto. A tentativa é assumirmos a condição de produtores de possibilidades, incorporando as provisoriiedades, na tecitura

rizomática⁴⁴ do conhecimento. Acreditamos que a trajetória do pesquisador vai se moldando, ininterruptamente, pelas relações, apreensões, aproximações e distanciamentos que se (re)estabelecem ao longo da caminhada.

Assim, como expõe Morin (2015b), lutamos para nos desembaraçarmos da lógica binária, dos pensamentos unilaterais que desconsideram as contradições e a *complexidade*. Propomos desenvolver perspectivas compreensivas que permitam acolhermos as contradições, as complementaridades e as (im)possibilidades.

Abordamos o pensamento *complexo* a partir de seus três princípios⁴⁵ fundantes, conforme apresentado por Morin (2008), dialógico, recursivo e hologramático. Em torno da noção dialógica, Morin (2015a) esclarece perspectivas sobre a *complexidade* entre os princípios organizadores do pensamento. Essa organicidade se dá em nível cerebral e mental/espiritual, constituindo-se por uma dupla dialógica, na cooperação entre o digital-lógico e o analógico, numa relação entre antagônicos/complementares. Esta concepção vai além do pressuposto do diálogo entre lógicas distintas, porque concerne a fundamentação na complementaridade antagônica, estabelecendo a “[...] dualidade no seio da unidade” (MORIN, 2008, p. 107). Este princípio nos permite compreender⁴⁶ estruturas e fenômenos sem anular suas características. A proposta é traçarmos um caminho desviante da dicotomia do verdadeiro e falso, da “[...] guilhotina inexorável da negação” (MORIN, 2015a, p. 155), que insiste em desconsiderar a heterogeneidade, conduzindo o pensamento à esterilidade.

Conforme Morin (2015a), a tradição científica constituiu uma postura dualista, na qual são evidenciados, desde o princípio, os antagonismos e as antinomias entre os pensamentos analógico e lógico. Sob essa configuração, sobressai a lógica propositiva, obedecendo, tão somente, princípios e regras que conduzam à organização e definição de um conhecimento hermético. No entanto essa é uma

⁴⁴ Valendo-se das concepções de Deleuze e Guattari, Marcondes Filho (2010b, p. 56), explicita: “O rizoma é um mapa aberto, conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente”.

⁴⁵ Contudo, ressaltamos que o pensamento *complexo* é constituído por sete princípios, a saber: Sistêmico ou Organizacional; Hologramático; Anel Retroativo; Anel Recursivo; Auto-Eco-Organização; Dialógico e Reintrodução.

⁴⁶ O sentido de compreensão trabalhado nesta pesquisa associa-se ao proposto por Morin (2015b, p. 81-82), quando esclarece que “Compreender é compreender as motivações, situar tudo no contexto e no complexo. Compreender não é explicar tudo. O conhecimento complexo sempre reconhece um resíduo inexplicável. Compreender não é compreender tudo, é reconhecer também que o incompreensível existe”.

postura cerceadora, que impõe limites estanques à sua produção, inibindo a criatividade e a inovação. Um exemplo interessante são as metáforas, que trazem leveza aos modos de expressão. Através da esfera poética, a metáfora concede liberdade às analogias, construindo pontes para a compreensão entre os diferentes modos de organização do pensamento.

A partir da crença sobre a vitalidade criativa e conectiva que a metáfora nos permite, propomos desenvolver esta reflexão com a liberdade de, em certos momentos, poetizar nossas compreensões. As metáforas são estabelecidas em analogias do pensamento teórico com a literatura, no desejo de (re)construir um caminho pelo qual possamos perceber e acolher a imanente confluência entre a prosa e a poesia (MORIN, 2015b).

O princípio da recursividade permite romper com a linearidade, compreendendo os processos como provocadores e promotores de efeitos/produtos mas, também, concomitantemente, como produtores e causadores do próprio processo. Nesse sentido, emergem as concepções que elucidam uma dinâmica de autoprodução e auto-organização, permitindo superar compreensões baseadas na relação causa e efeito. Ao invés disso, identificamos um contexto espiralado, no qual as produções e os produtos se constituem de maneira recíproca e simultânea.

Nós, indivíduos, somos os produtos de um processo de reprodução que é anterior a nós. Mas uma vez que somos produzidos, tornamos-nos os produtores do processo que vai continuar. [...] os indivíduos produzem a sociedade que produz os indivíduos. Somos simultaneamente produzidos e produtores (MORIN, 2008, p. 108).

Os princípios do pensamento complexo são complementares, formando uma tecitura que permite compreender o todo sem desconsiderar as suas partes. Sobre a relação parte/todo – todo/parte, Morin (2013) apresenta o princípio hologramático, esclarecendo que o todo não é simplesmente a soma das partes, nem a parte se reduz a constituinte do todo, pois “[...] não apenas a parte está no todo mas o todo está na parte” (MORIN, 2013, p. 67).

O fato de analisarmos uma estrutura, em sua pretensa totalidade, não nos permite ignorar suas unidades e pluralidades. Da mesma forma, quando realizamos um recorte focalizado, não desconsideramos a multiplicidade no qual ele está inserido. Portanto, consideramos a unidade na diversidade, assim como a

diversidade na unidade. Em oposição aos pilares que orientaram a ciência clássica, como os princípios da redução e da separabilidade, que isolam os objetos de seus meios, temos a indissociabilidade, propondo uma via de aproximação, diálogo e relação. Configuram-se, assim, pontos de confluência entre as complexas singularidades da matéria e do espírito.

O pensamento *complexo* orienta as compreensões sobre a *paisagem* organizacional desta pesquisa. As perspectivas apresentadas, ao longo das reflexões, vão evidenciando as dimensões dialógicas, recursivas e hologramáticas, na medida em que esses princípios estão incorporados às nossas percepções de mundo, na maneira com que nos relacionamos e vivenciamos cada experiência.

Nossa compreensão sobre a comunicação, sustentada sob as prerrogativas da *NTC*, no contexto das organizações, é colocada, nesta pesquisa, em diálogo com as concepções que constituem o pensamento *complexo*. Reiteramos que elas orientam as críticas que desenvolvemos sobre as possíveis dimensões que a memória organizacional vem assumindo, considerando as abordagens acadêmicas e as práticas organizacionais. Seguimos, então, com a apresentação de um panorama sobre a memória no contexto das organizações.

3.2 A memória no contexto organizacional

Nas empresas brasileiras, as práticas autodefinidas como memória empresarial/institucional/organizacional tiveram início no período de redemocratização do país, após o fim da ditadura militar (1964-1985). Em 1984, foi inaugurado o *Núcleo de Memória Odebrecht* e, em 1989, o *Centro de Memória da Eletropaulo* e o *Centro de Documentação e Memória da Klabin* (KERBER; OTT, 2014). É possível contextualizarmos essas iniciativas com a necessidade de mudanças na comunicação, conforme apontam pesquisadores da Comunicação Organizacional. Kunsch (2013) considera a reabertura política um marco para transformações da Área. Esse momento histórico é destacado por Nassar (2006) como um movimento que imprimiu necessidades diversas às organizações, principalmente no que tange à sua comunicação, exigindo novos questionamentos e maior transparência em relação aos seus processos.

Todavia os primeiros trabalhos na área da memória empresarial tenham surgido no cenário brasileiro na década de 1980, foi nos anos 90 que essas iniciativas

se multiplicaram, ganhando continuidade no novo milênio. Destacamos alguns exemplos: *Centro de Documentação e Memória Grupo Ultra* (SP, 1992); *Centro de Memória Bunge* (SP, 1994); *Pró-Memória Vonpar-Coca Cola* (RS, 1998); *Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau* (RS, 1999); *Memória Globo* (RJ, 1999); *Vale Memória* (ES, 2001); *Centro de Memória e Referência Aberje* (RS, 2001); *Projeto Memória BNDES* (RJ, 2001); *Centro de História Unilever* (RJ, 2001); *Memória Votorantim* (MG, 2003); *Programa Memória Petrobrás* (RJ, 2004) e *Unidade de Documentação e Memória Carris* (RS, 2011).

A partir dos exemplos supracitados, identificamos que a temática da memória começou a ser incorporada nas (e pelas) organizações, em diferentes localidades do país. Percebemos que tais movimentos ocorrem, ou ganham mais vulto e legitimidade, principalmente, nas comemorações em que as instituições completam uma “data cheia”, ou seja, no fechamento de mais uma década (30, 50, 80, 100 etc.). Em alguns casos, as organizações desenvolvem a memória organizacional de maneira contínua, atrelada aos seus processos de gestão. Em outros, observamos uma postura diferente, na medida em que a temática assume relevância somente durante uma ocasião festiva, perdendo importância no ano subsequente à data comemorativa ou, então, após algum tempo, por motivos distintos. Independente das dimensões que a memória possa assumir na organização, normalmente ela é abordada e apresentada sob uma perspectiva instrumental, para a eficácia da gestão e seus relacionamentos⁴⁷.

Os estudos de Gagete e Totini (2004) indicam que o conceito de memória empresarial começou a se desenvolver em meados da década de 1920, após as criações, nos Estados Unidos, da *Business Historical Society* e da disciplina História Empresarial, em Harvard. Esse objeto de estudo acadêmico concentrava-se sobre as técnicas administrativas de grandes empresários, em torno de seus negócios. Sob a influência dos Estados Unidos, esse novo conceito começou a ser desenvolvido em países da Europa, por exemplo, França e Inglaterra. Ao longo do século XX, esse interesse passou a abranger outros aspectos. A História, no âmbito empresarial, passou a adquirir importância como um discurso construído no contexto social, destacando essas instituições como agentes históricos, ou seja, como construtoras

⁴⁷ Citamos como exemplo o material produzido pelo *Itaú Cultural, Centros de Memória: Manual Básico para implantação* (2013). A obra conta com a participação de alguns pesquisadores, como Paulo Nassar, Karen Worckman e Marcia Pazin.

das estruturas que as envolvem. As autoras ressaltam a importância dos projetos de memória empresarial, mas realizam a seguinte ressalva:

[...] a memória empresarial constitui-se numa área de atuação específica e importante no universo empresarial, muito embora ainda se assistam a várias distorções de seus princípios fundamentais [...] ligam-se a projetos que, embora se auto-intitulem “históricos”, não se valem da metodologia de análise da ciência, seja quanto à multiplicidade de fontes de pesquisa, seja quanto ao compromisso com sua legitimidade (TOTINI; GAGETE, 2004, p. 117, grifo das autoras).

A historiadora Karen Worcman, fundadora e diretora do *Museu da Pessoa*⁴⁸ ressalta, também, a importância da memória, na empresa, como elemento de responsabilidade social e histórica. Entretanto chama a atenção para o grande desafio de abordar essas memórias.

Trabalhar a Memória Empresarial não é simplesmente referir-se ao passado de uma empresa. Memória Empresarial é, sobretudo, o uso que uma empresa faz da sua História. E dependerá da forma de perceber e valorizar sua própria história que as empresas podem aproveitar (ou perder) a oportunidade de **utilizar essa ferramenta** fundamental para **adicionar mais valor** à sua atividade (WORCMAN, 2004, p. 23, grifos nossos).

A autora esclarece que a memória empresarial possibilita às organizações explorarem as potencialidades da memória de diferentes formas. Essa abordagem indica a relação instrumental com a memória, enquanto um produto a ser utilizado/explorado pela empresa. É possível contextualizarmos essa abordagem com as reflexões desenvolvidas por Lipovetsky (2004), ao destacar as potencialidades das reminiscências na contemporaneidade, revelando uma abordagem de “consumo intimizado”.

Essa observação pode ser elucidada pela proposta do portal do *Museu da Pessoa*, na apresentação de suas Linhas de Ações. Entre elas, é exposto o eixo Memória Empresarial, no qual o trabalho a ser desenvolvido é direcionado à organização de memórias, num esforço de registro, sistematização e divulgação, com o intuito de formatar determinados produtos (Figura 4).

⁴⁸ Museu Virtual, responsável pelo desenvolvimento de diversos projetos de memória empresarial no Brasil. Maiores informações disponíveis em: <http://www.museudapessoa.net/_index.php/v2013/home>.

Figura 4 – Museu da Pessoa – Linhas de Ação

O Museu da Pessoa Entenda Explore Educativo Apoie Contato Coleções Especiais NEWSLETTER CADASTRE-SE LOGIN

Museu da Pessoa 25 anos

Conte sua HISTÓRIA Monte sua COLEÇÃO Como APOIAR

Todos Buscar por Busca avançada

Curtir 40 Compartilhar

HOME / ENTENDA

Linhas de Ação

Com programas nas áreas de memórias institucional, educação, comunicação e desenvolvimento comunitário, o Museu da Pessoa já realizou cerca de 250 projetos de memória que visam multiplicar e democratizar sua metodologia e seu acervo de mais de 16 mil histórias de vida. Conheça nossas linhas de ação:

| **Conte Sua História:** Canais de registro, sistematização, preservação e divulgação de histórias de vida.

| **Museologia:** Acervo digital e físico constituído por narrativas de vida em áudio, vídeo, texto e fotos e documentos digitalizados.

| **Educativo:** Disseminação do conceito e da metodologia do Museu da Pessoa em escolas, comunidades, organizações e grupos de indivíduos.

| **Memória Empresarial:** Registro, sistematização, preservação e divulgação de memória das organizações.

Programa Conte Sua História Educativo Memória Empresarial

Offline O MUSEU DA PESSOA ENTENDA EXPLORE EDUCATIVO

Fonte: Portal do *Museu da Pessoa*.

Nas “Linhas de Ação”, apresentadas no site do Museu da Pessoa (Figura 4), identificamos a comemoração de uma “data cheia”, seus 25 anos de existência, ressaltando a longevidade da organização, sua tradição e legitimidade, fundamentada em sua trajetória. Dentre suas “Linhas de Ação”, constam programas direcionados à “sistematização, preservação e divulgação de histórias de vida” (Conte sua História); “acervo digital e físico constituído por narrativas de vida em áudio, vídeo, textos, fotos e documentos digitalizados” (Museologia) e a “disseminação do conceito e da metodologia do Museu da Pessoa em escolas” (Educativo). Destacamos a linha de ação denominada “Memória Empresarial”, a qual está definida por ações basicamente instrumentais sobre as memórias registradas, resumindo-se a “[...] sistematização, preservação e divulgação de memória das organizações”, possivelmente com o intuito de formatar determinados produtos a serem utilizados objetivamente pelas empresas contratantes, em produções de linhas de tempo, trajetórias lógicas de crescimento e

sucesso, superação de dificuldades e fomento de informações para comemorações em datas especiais.

Os movimentos que conformam uma *cultura de memória* (HUYSSSEN, 2000), conforme abordado anteriormente, esclarecem que memórias expostas e trazidas à tona podem contribuir para apaziguar sensações e relações de instabilidade que caracterizam a contemporaneidade. A mobilização de memórias, nesse sentido, pode despertar identificações, suscitando permanências e experiências que, por vezes, se tornam imperceptíveis em nossas ações, atuações e relações tão fugidias. Coletar, (re)organizar, selecionar, preservar, divulgar, enfim manipular⁴⁹ memórias, que “revelem” aspectos da história de uma organização, podem gerar múltiplas possibilidades e potencialidades. Entretanto ressaltamos a importância de problematizarmos algumas abordagens em torno da memória no contexto organizacional.

Entendemos que as atuações, reflexões e análises em torno da memória, em relação à comunicação no contexto das organizações, acabam se concentrando sobre as especificidades do *como fazer*, a partir de “Linhas de Ação” (Figura 4) bem definidas e traçadas para a aplicabilidade das organizações. Consideramos que tais abordagens priorizam a instrumentalização para gerar resultados exitosos à gestão da organização. Além disso, percebemos que, por vezes, se estabelece uma condução de sacralização da memória, dissociada da vida e das práticas cotidianas da organização, marcada pela operacionalidade prescritiva. Podemos pensar que a mobilização de memórias pode ser uma tentativa de estabelecer sentidos de coesão, fluidez e leveza, imprimindo outra áurea sobre a mecanização das relações que se configuram nos ambientes empresariais. Constitui-se, então, um imaginário nostálgico⁵⁰, no entanto, operado pelos interesses econômicos/empresariais.

A memória ativa é posta a serviço de uma identidade, bem como de um posicionamento de marca e de empresa. Ela instala uma presença durável nas mentes, que é um remédio diante da fugacidade, e também uma singularidade (originalidade) no universo da multiplicidade de produtos, de marcas e de atores. A memória

⁴⁹ Conforme a concepção etimológica da palavra, no sentido de manusear: “**manipul.ação, ar, o – MÃO**” (CUNHA, 2010, 407, grifos do autor).

⁵⁰ Derivado do latim, composto por *nóstos* (regresso) + *álgos* (*dor*) (CUNHA, 2010). No entanto nos valem do termo como adjetivação relacionada a saudade de um tempo, de uma vivência, de uma experiência que, sobre essa abordagem, acaba se afastando da realidade do sujeito. É como se existisse uma relação paralela do indivíduo com a organização, e vice-versa, que habita e se manifesta, somente, em suas lembranças.

funciona, portanto, como uma prova, como uma garantia e como um capital de experiência conquistada. (D'ALMEIDA, 2014, p. 151).

As questões apresentadas pela autora reforçam potencialidades, já mencionadas, da memória na contemporaneidade. A “ativação do passado” vem sendo um recurso às organizações em busca de constituir *lugarizações* (AUGÈ, 2010), almejando conquistar identificações e legitimidade. Nesse sentido, é necessário estarmos atentos à possíveis exageros em relação aos *usos* da memória, visando o reconhecimento e a exaltação de determinadas trajetórias. Observemos a abordagem, nas figuras 5 e 6, de duas empresas com expressão nos mercados nacionais e internacionais, que, em seus portais, se valem do recurso da memória organizacional.

Figura 5 – Memória Viva Natura

> HOME NATURA

memóriavivanatura

trajetória produtos publicidade linha do tempo

Nossa Visão
Nossa História

Quando a Natura foi criada, em 1969, existia o desejo de poder ajudar as pessoas a descobrirem seu bem estar bem e o seu estar bem com os outros, com a natureza da qual fazem parte, com o todo. Alimentando esse desejo estava a nossa Visão, essência de nossas crenças.

Os resultados de nossa evolução demonstram que a mesma Visão que nos ancorou no passado, é a que nos fortalece no presente e nos orientará no futuro. Por ser tão central em nossa trajetória, é a nossa Visão que nos inspira a contarmos as experiências que vivemos. A cada sonho realizado, concretizamos uma parte dessa Visão que se traduz em história. Navegue conosco nesta jornada

memória das comunidades Natura
clique aqui e registre sua história

trajetória
a nossa história através de certos pontos de vista

produtos
conheça nossas linhas

publicidade
veja a evolução da comunicação Natura

linha do tempo
nossa história, ano a ano.

Hoje a Natura tem 50 anos, 12 meses, 17 dias, 12 horas, 42 minutos e 50 segundos

> MEMÓRIA VIVA

Fonte: Portal da *Natura*.

No portal da *Natura*, em sua seção dedicada à *Memória Viva Natura*, identificamos uma linha do tempo, com informações sobre a trajetória da empresa “nossa história, ano a ano”, destacado pela elipse azul, no canto inferior da figura 5.

A história da empresa é apresentada por sua Visão, que ao mesmo tempo em que a “ancorou” no passado, a “fortalece” no presente e a orienta para o “futuro”, em uma “evolução” constante e positiva. Conforme o texto da *Memória Viva*, a empresa apresenta uma trajetória pautada pela coerência da sua Visão, que se materializa em “[...] cada sonho realizado [...]”. Diante do exposto, é possível percebermos a busca de subsídios no passado (LIPOVETSKY, 2004) para ratificar a importância de sua atuação.

Sob a mesma perspectiva, o portal da *Odebrecht* utiliza uma linha do tempo, organizada em décadas, desde o período de sua criação, na década de 40 do século XX. Na figura 6, apresentada a seguir, é destacada a “Década de 2010”, identificada pelo título de “Liderança e Mobilidade”. O conteúdo da página se define por premiações alcançadas, “Melhor Empresa Familiar do Mundo”; expansões, “com a criação da Odebrecht TransPort”; conquistas, “como plataformas, navios especializados...”, incorporações de empresas “A Braskem incorpora Quattor e Sunoco Chemicals” e lideranças, “setor agroindustrial e produção de resinas termoplásticas”.

Figura 6 – Odebrecht – Linha do tempo (2010)

1940 1950 1960 1970 1980 1990 2000 2010

2010 | Liderança e Mobilidade

DÉCADA DE 2010

Melhor Empresa Familiar do Mundo

- A Organização Odebrecht é eleita a Melhor Empresa Familiar do Mundo pelo International Institute for Management Development (IMD), da Suíça.
- Com a criação da Odebrecht TransPort, são intensificados os investimentos em transporte e logística no Brasil.
- Durante a construção das plataformas autoelevatórias de petróleo P-59 e P-60 para a Petrobras, no Rio Paraguaçu, na Bahia, a Organização passou a integrar o Estaleiro Enseada Paraguaçu (EEP), atual Enseada Indústria Naval. Assim, a Odebrecht intensifica sua atuação na implantação de unidades offshore, como plataformas, navios especializados e sondas de perfuração em um novo Negócio.
- A Braskem incorpora a Quattor e a Sunoco Chemicals, tornando-se a maior produtora de resinas termoplásticas das Américas.
- A Odebrecht Agroindustrial adquire a Brenco, uma das empresas líderes do setor.

Fonte: Portal da *Odebrecht*.

Os dois exemplos sobrepostos, das organizações *Natura* e *Odebrecht*⁵¹, apresentam linhas do tempo, buscando legitimidade ao ressaltar a longa jornada de atuação, as premiações, as evoluções, sustentando suas visões, missões e valores sobre uma narrativa histórica de liderança e reconhecimentos. É possível compreendermos essas abordagens (Figuras 5 e 6) como a produção de uma *vitrine do tempo*. O enfoque, portanto, dedica-se à exposição e publicização de seus feitos e fatos exitosos, baseado na transmissão, mais que uma abertura à comunicação, conforme os pressupostos teóricos assumidos neste trabalho. Sob uma perspectiva autolaudatória, destaca sua evolução, a partir da exposição linear (recursos didáticos/lúdicos, formatados em linhas do tempo com imagens, desenhos, hiperlinks etc.) de suas marcas, produtos, peças publicitárias, apresentadas de forma positiva.

Pela literatura produzida sobre a temática, evidenciamos que a memória vem sendo mobilizada como possibilidade de *lugarização*⁵² dos indivíduos, expondo determinadas materialidades. Ou seja, o que vemos são produtos em forma de exposições, livros, atos comemorativos, materiais de divulgação, entre outros. Essa proposição pode ser exemplificada na constatação de Barbosa (2015, p. 197), ao destacar que: “[...] os portais corporativos podem constituir Lugar de Memória Institucional, por meio dos quais as organizações, alicerçadas em uma comunicação organizacional dialógica, promovam a religância com seus públicos”. Entretanto, conforme pondera a pesquisadora,

[...] tais espaços são utilizados, ainda, de forma incipiente. As organizações tem utilizado seus portais corporativos para divulgar suas trajetórias, mas, de uma maneira geral, o conteúdo é basicamente um descritivo de acontecimentos históricos e não facilitam a relação com os públicos de interesse, ou um maior aprofundamento no assunto (BARBOSA, 2015, p. 202).

⁵¹ Vale lembrar que, conforme, amplamente, veiculado nos meios de comunicação, a *Odebrecht*, uma das maiores empreiteiras do país, é acusada, por investigação da Polícia Federal (*Operação Lava Jato*), de participar em um esquema de desvio e lavagem de dinheiro envolvendo a Petrobras, outras empresas e políticos. (CIOCCARI, 2015). O Ministério Público Federal acredita que grandes empreiteiras se organizavam em cartel e pagavam propinas para altos executivos da Petrobras e outros agentes públicos (BARROS, 2015). Marcelo Odebrecht (localizado no centro da foto – figura 6), que desde o final de 2008 ocupava o cargo de diretor-presidente do grupo *Odebrecht*, foi acusado de ser o líder do cartel de empresas que trocavam dinheiro por favorecimentos ilícitos (PORTAL TERRA, 2015). Preso em 2015, pela operação Lava Jato, Marcelo Odebrecht e demais dirigentes do grupo fizeram acordos de delação premiada, por meio dos quais confessaram seus envolvimento e pagaram multas. Em troca, receberam redução de penas. Marcelo Odebrecht foi transferido do regime fechado para o domiciliar em dezembro de 2017 (PORTAL FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

⁵² Expressão relacionada à compreensão de *lugar antropológico* (AUGÉ, 1994), no sentido do indivíduo, mesmo que provisoriamente, encontrar identificação (HALL, 2000) e vinculação (ZIMMERMAN, 2010), sentindo-se reconhecido e integrado.

Em algumas situações, as organizações se valem de recursos mais participativos, buscando ir além da abordagem descritiva. Entretanto tais ações não representam, necessariamente, uma relação aberta e dialógica com os públicos. O conteúdo pode ser apresentado de maneira, pretensamente, participativa e integradora, mas se mantendo sob uma gestão verticalizada. Identificamos essa situação na ação promovida no portal da *Votorantim*, alusiva às comemorações dos seus 100 anos de atuação, chamada *Minha Votorantim*. Através dela, as pessoas são convidadas a contarem histórias que demonstrem a sua relação com a empresa, a partir da produção de um curto vídeo/depoimento para ser veiculado no portal, conforme o texto ilustrado na figura 7, exposta a seguir.

Figura 7 – Campanha *Minha Votorantim*

VOTORANTIM 100 ANOS
1918 | O FUTURO É O NOSSO TERRITÓRIO | 2018

100 ANOS A CAUSA EDUCAÇÃO MINHA VOTORANTIM NOSSO JEITO NOTÍCIAS

MINHA VOTORANTIM

Ao longo de quase 100 anos de trajetória, a Votorantim teve participação em milhares de histórias de vida. Empregados, fornecedores, parceiros, vizinhos, enfim, pessoas das mais variadas origens, com os mais variados sotaques, de variadas idades e dos lugares mais remotos tiveram experiências relacionadas com a Votorantim.

Uma empresa não é um ser humano, mas tem alma. E sua alma é a somatória de milhares de almas de pessoas que se relacionaram com ela ao longo de sua existência. Essas pessoas fazem parte dessa história e ajudam a construí-la a cada dia.

Este espaço é reservado para que essas experiências sejam relatadas. Pois para cada um que teve sua experiência com a companhia, existe uma "Minha Votorantim".

Qual a sua história com a Votorantim? Grave um vídeo depoimento e compartilhe conosco. As dicas de gravação estão aqui embaixo e depois é só enviar pelo Whatsapp para o número **(11) 9-7569-7365** e aguardar a publicação em nosso site.

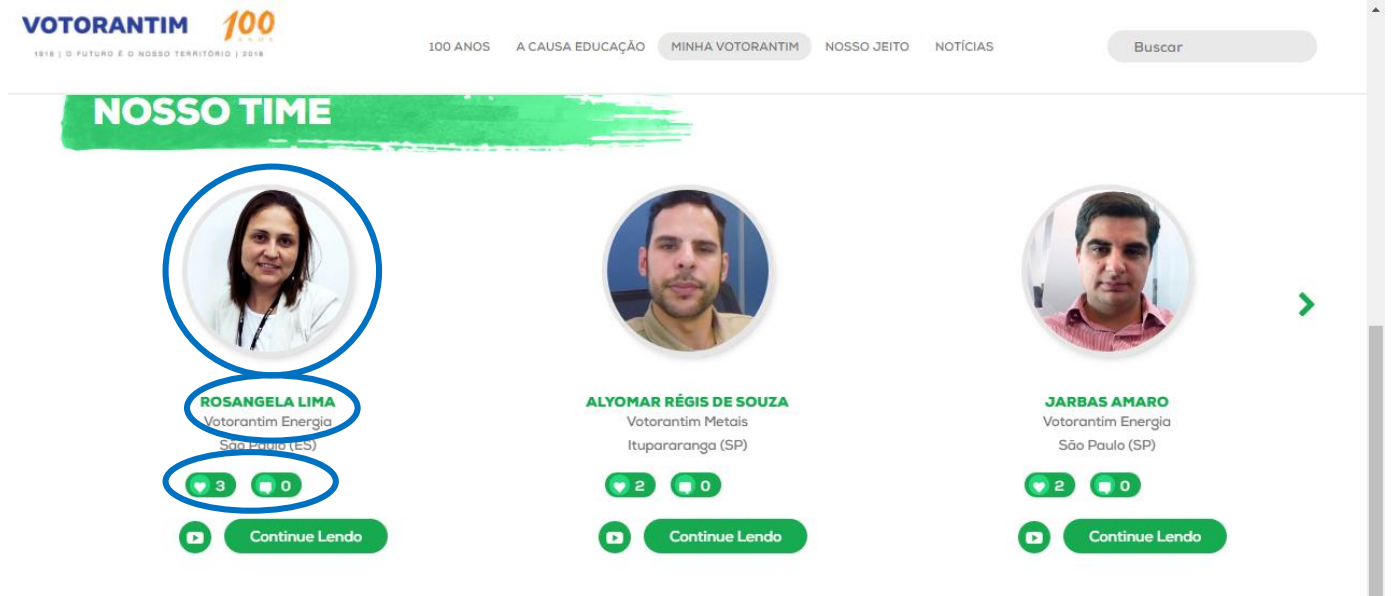
SEND FEEDBACK

Fonte: Portal da *Votorantim*.

Reiteramos que os vídeos/depoimentos estão compondo uma das atividades celebrativas do aniversário da empresa. A página não indica quando iniciou esse chamamento público. No dia de nosso último acesso ao portal (16 jan. 2018) havia 83 depoimentos. Cada vídeo é apresentado pelo nome do depoente, seguido da sua

imagem, conforme ilustrado na figura 8. Abaixo das fotos, se encontram dois ícones em destaque, um espaço para as pessoas curtirem, no formato de um coração e outro para comentários, simbolizado por uma caixa de diálogo.

Figura 8 – Participantes da *Minha Votorantim*



Fonte: Portal da *Votorantim*.

No próximo exemplo (Figura 9) a questão da mediação verticalizada pode ser percebida entre as orientações sobre “como enviar seu vídeo”, mais especificamente, nos itens 4 e 5. Conforme tais indicações, a organização deixa explícito que esta ação precisa ter um direcionamento e, para tanto, os depoimentos precisam estar alinhados nessa perspectiva, suscetíveis a edições, já previamente consentidas pelo sujeito, no momento em que decide participar da proposta. Os critérios de edição não são explicitados, estão a cargo da “administração do site”, entretanto, podemos compreender que devem estar associadas às ideias expostas na apresentação da página, ao destacarem os aspectos de humanização e coparticipação. Podemos identificar tais aspectos, também, no texto de apresentação da campanha *Minha Votorantim* (Figura 7). Conforme o seguinte trecho:

A empresa não é um ser humano, mas tem alma. E sua alma é o somatório de milhares de almas de pessoas que se relacionaram com ela ao longo de sua existência. Essas pessoas fazem parte dessa história e ajudam a construí-la a cada dia (VOTORANTIM, 2018).

Sob nossa perspectiva, a memória é apreendida para a construção de uma narrativa que deseja envolver o Outro na trama dos interesses da organização. A comunicação, nesse caso, é tratada como um instrumento que “incorpora”, em sua abordagem emissiva, um discurso afetivo para disfarçar as objetividades da gestão, apropriando-se da temática da memória como um recurso retórico. Nesse sentido, transforma-se a forma da narrativa, na qual subjetividades são “operacionalizadas”, ao invés de serem acolhidas como parte atuante nas relações.

Figura 9 – Regras de participação da *Minha Votorantim*

ENVIE O SEU VÍDEO

Como enviar seu vídeo

1. Grave seu depoimento em vídeo, no próprio celular ou com uma câmera.
2. Envie seu vídeo para o site Votorantim 100 anos via WhatsApp, pelo número (11) 9-7569-7365. Informe seu nome, a empresa em que trabalha, e-mail corporativo e a cidade onde mora.
3. Os arquivos de vídeo poderão ter até 2 GB.
4. Os vídeos recebidos serão direcionados para a administração do site, para aprovação antes de serem publicados. Eles podem passar por uma edição, a critério da administração do site. Assim que o vídeo for publicado, você receberá uma mensagem via e-mail com essa confirmação.
5. Ao enviar seu vídeo, você automaticamente concordará com as regras de publicação neste site.

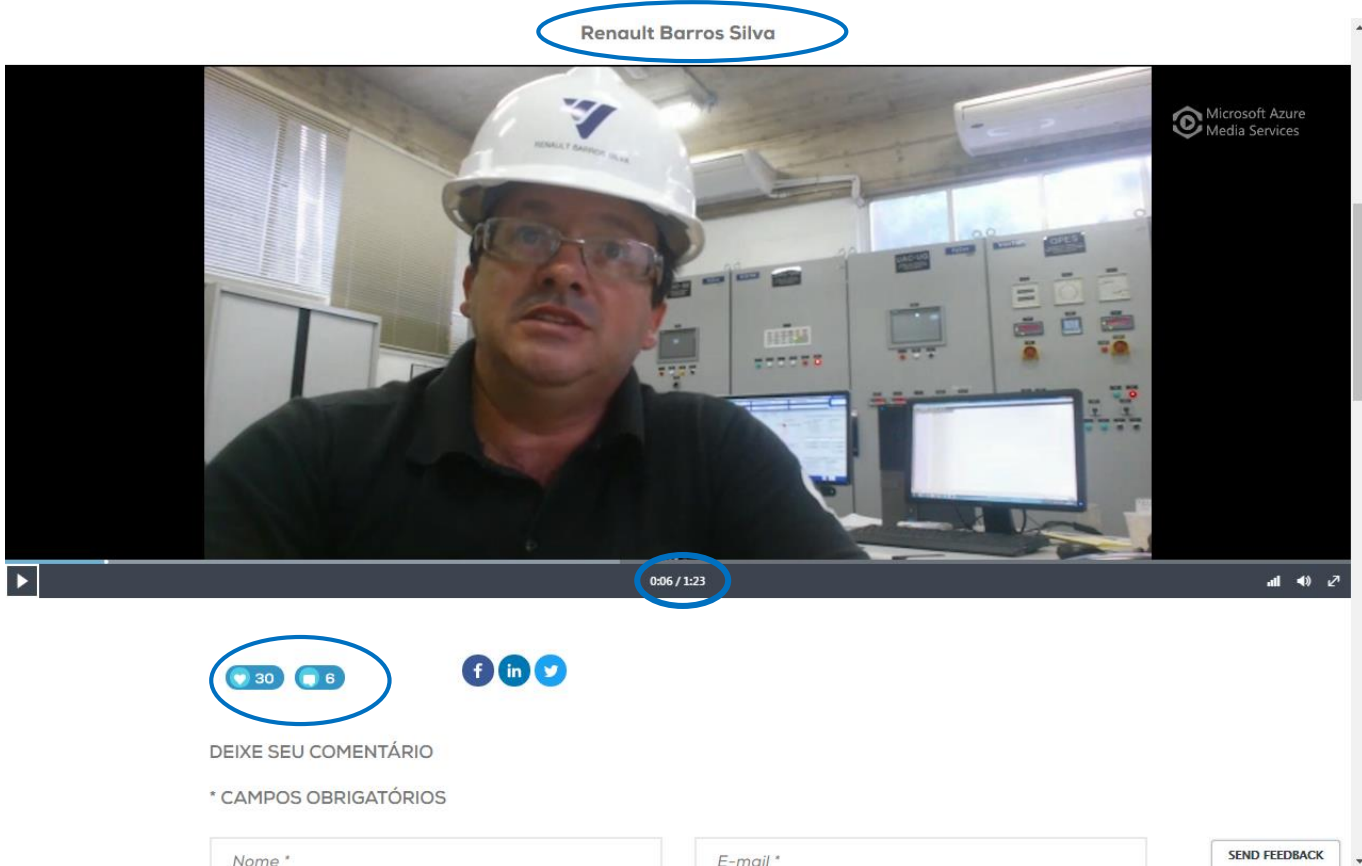
Dicas

1. Antes de gravar o vídeo, faça um teste rápido para ver se o áudio está com o volume adequado. Não grave em ambientes barulhentos. E certifique-se de sua mão não está cobrindo o microfone do celular durante a gravação.
2. Evite gravar em ambientes escuros e mal iluminados. Grave de frente para algum foco de luz. Se for em ambiente externo, não grave sob o sol muito intenso.
3. Para gravar vídeos com seu celular, coloque-o no modo avião para não ser interrompido.
4. É recomendável segurar o celular na posição horizontal.
5. Cuidado para não tremer a gravação. Você pode usar um tripé ou um extensor de selfie, ou mesmo pedir para alguém segurar o celular ou a câmera para você.
6. Queremos compartilhar muitas histórias, portanto elas precisam ser curtas. Antes de gravar, faça um treino e fale sua história com um cronômetro. O ideal é que o vídeo tenha duração de até 1 minuto e meio.

Fonte: Portal da *Votorantim*.

Entre os 83 vídeos/depoimentos, todos receberam curtidas e 23 tiveram comentários, sendo que algumas pessoas receberam mais de um comentário. Considerando esse material, selecionamos um para exemplificar nossas reflexões, representado pela figura 10. O critério estabelecido foi definido pelo que recebeu o maior número de comentários. O vídeo/depoimento selecionado, que teve seis comentários, foi enviado por um funcionário da *Votorantim*.

Figura 10 – Vídeo de participação na *Minha Votorantim*



Fonte: Portal da *Votorantim*.

O vídeo, com 1' e 23", conforme os padrões propostos no site, inicia com o funcionário se apresentando, seguindo com a indicação de sua atividade, como Supervisor de Manutenção das Usinas do Complexo de Juquiá,

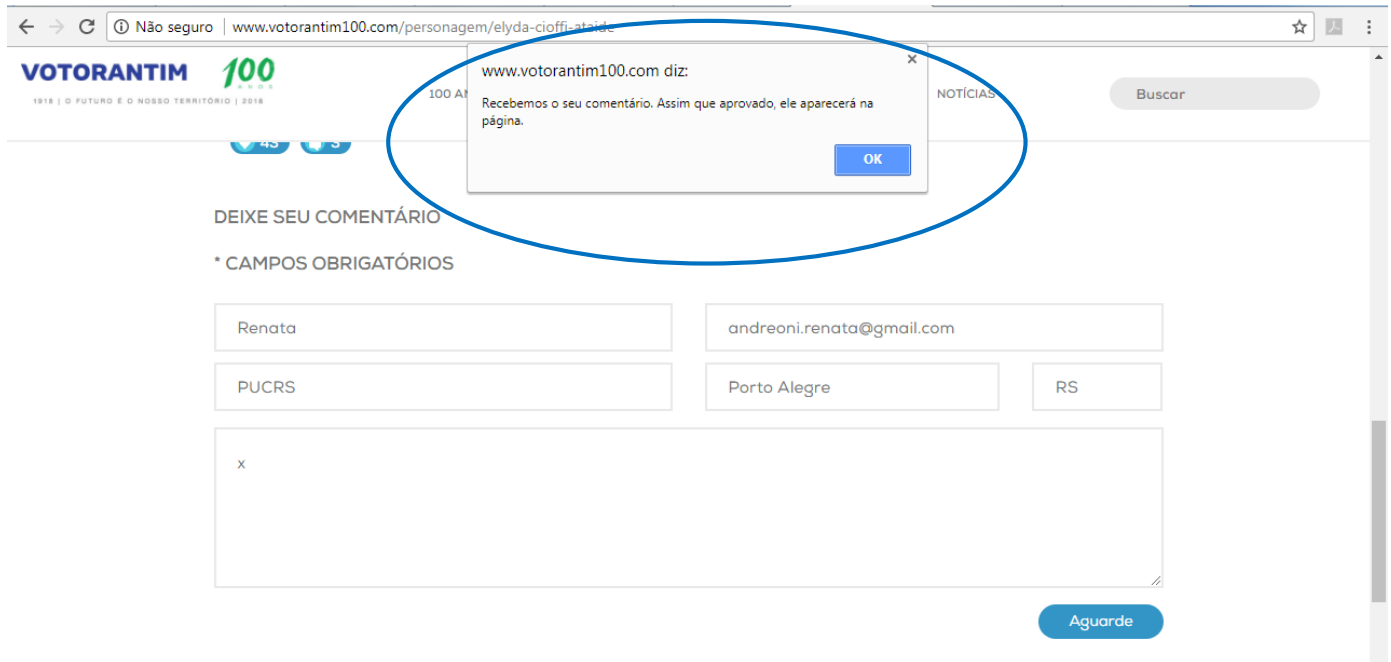
[...] fazendo parte dessa empresa há 32 anos. Comecei a trilhar os caminhos desse grande grupo ainda menino [...] Meu pai e irmãos já faziam parte da família Votorantim. Me espelhando no profissionalismo do meu pai, eu me via fazendo parte do Grupo, algo que consegui em 1985, sendo contratado como auxiliar de eletricitista [...] na época eu estava entre 15 para 16 anos. Tive oportunidade de trabalhar ao lado do meu pai e de meus irmãos, nessa empresa que busca agregar a família e sua história. Aos poucos eu fui crescendo como profissional, assim como o Grupo Votorantim foi crescendo [...]. Por cada função e por cada usina que passei eu adquiri conhecimentos, valores, eu fiz amigos e construí uma história e, principalmente uma família. Tenho muito orgulho de fazer parte dos 100 anos da Votorantim (SILVA/VOTORANTIM, 2018).

Chamamos a atenção para o fato do funcionário ressaltar a ideia de humanização expressa na apresentação da ação *Minha Votorantim*, “as pessoas constituem a alma da empresa, ajudando a construí-la” (Figura 7). Elencamos alguns

sentimentos manifestados: orgulho de ser partícipe; gratidão; reconhecimento da empresa pelo seu trabalho, numa relação que dá ideia de recursividade, na medida em que ele aprende com a empresa, se aprimorando e contribuindo com ela: “Aos poucos fui crescendo como profissional, assim como o Grupo foi crescendo”. A sua história pessoal parece se confundir com a história do Grupo, bem como a noção de família, ao ponto de se diluírem as fronteiras entre o privado e o profissional. A fala resplandece o sentido de uma “grande família” que abarca a todos. Essa narrativa destaca uma relação de pertencimento e colaboração, como propõe a organização, ao ressaltar que “para cada um que teve sua experiência com a companhia, existe uma Minha Votorantim” (Figura 7). Observamos a tentativa de transparecer uma relação baseada no princípio hologramático, na qual não só as pessoas fazem parte da empresa, constituindo sua “alma”, mas a Votorantim está em cada uma dessas pessoas.

A mensagem se estrutura sobre a concepção de uma organização que se (re)constrói entre suas diferenças, cocriando-se continuamente. Poderíamos dizer, então, que há uma construção *complexa*, baseada nos princípios dialógico, recursivo e hologramático (MORIN, 2008). Um processo contínuo, no qual “[...] a organização não é uma máquina, mas um conjunto de sujeitos confrontados a problemas, que têm sentimentos e que estão aptos a pensar e agir” (ENRIQUEZ, 2007, p, 151). Entretanto essas dimensões parecem evanescer no momento em que todo esse processo passa por um controle, de orientação e edição, que permitem aos vídeos/depoimentos ressaltarem e reverberarem as ideias e os sentidos propostos pela organização. Nesse caso, fica cerceado o espaço para o contraditório, possíveis dissensos acabam acanhados e/ou anulados pela atitude avaliadora dos “critérios estabelecidos pela administração do site” (Figura 9). Esse “fechamento” é, mais uma vez, evidenciado ao tentarmos realizar um comentário no portal da empresa, que foi automaticamente enviado à avaliação, impedindo nossa participação espontânea. Na figura 11, destacada por uma elipse, encontra-se uma caixa de texto, com a resposta automática da organização, informando a necessidade de aprovação para a nossa participação ser considerada.

Figura 11 – Controle de participação da *Minha Votorantim*



Fonte: Portal da *Votorantim*.

As noções que compreendem que o espaço organizacional extrapola os princípios de objetividade, sendo (re)constituído por sujeitos em relação e suas subjetividades, se perdem na tentativa do controle. Conforme destaca Srour (2012), as organizações são sistemas abertos e campos de força, um terreno movediço de contradições entre agentes coletivos que se contrapõem. Assim, é importante considerarmos o pensamento de Amado (2007), ao destacar que a vida psíquica na organização⁵³ se desenvolve “[...] entre razão e paixão, na forma de milhares de ‘jardins secretos’ e gritos abafados, de fenômenos coletivos mais ou menos compreensíveis, muitas vezes, fenômenos inconscientes” (AMADO, 2007, p. 121, grifo do autor).

A memória, no exemplo exposto da *Minha Votorantim*, não se abre à espontaneidade, ao Outro, à diferença, na medida em que todas as inserções, ditas

⁵³ No texto *A vida psíquica nas organizações: entre Eros e Tânatos*, Amado (2007), propõe uma discussão crítica, com base na pesquisa francesa no campo do universo organizacional. O autor problematiza práticas e posturas teóricas, amplamente incorporadas contemporaneamente, a partir da abordagem anglo-saxã. O texto reflete sobre abordagens “psicologizantes”, destacando o fenômeno de profissionais que implementam práticas com enfoque sobre à vida psíquica com uma perspectiva de eficácia. “Conhecendo pouco o funcionamento das organizações, participam de um processo de ‘psicologização’ dos problemas, que no mais das vezes exigiriam uma abordagem complexa. [...] Tais movimentos recentes ocasionam certa confusão, propícia aos ‘aprendizes de feiticeiro’ e à instrumentalização tanto do saber quanto do procedimento clínico. A prática do *coaching* ilustra tal fato de modo relevante” (AMADO, 2007, p. 129, grifos do autor).

como “participações”, são gerenciadas pela organização. Há uma tentativa de “sufocar” a organicidade *complexa*, na qual o *diálogo dialógico* (FLORCZAK, 2016) possibilita a comunicação, haja vista que:

Comunicação precisa da cena que nos envolve quando dialogamos com o outro e que permite o aparecimento dessa coisa inusitada que é a transformação. Ela é uma abstração, resultado de nossa própria interação com o outro, com os outros, com uma obra. O clima cria a infraestrutura para ocorrer a comunicação, para dar chance a que o Acontecimento apareça com toda a sua fulguração (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 30).

Sob essa perspectiva de comunicação, a memória pode ser (re)pensada, não ficando restrita a dimensão de produto, como vem sendo utilizada pelas organizações, conforme os exemplos supracitados. Ao compreendermos que a comunicação não é transmissão, portanto, a memória não pode ser tangenciada a um instrumento (um produto a ser transmitido) “para a comunicação”, mas ser incorporada à compreensão das relações, que se estabelecem entre as diferentes singularidades dos sujeitos.

Dessa forma, podemos pensar nas *palavras-princípio* EU-TU propostas por Martin Buber (1878-1965), como “[...] duas intencionalidades dinâmicas que instauram uma direção entre dois polos, entre duas consciências vividas” (VON ZUBEN⁵⁴, 2001, p. XLI). As *palavras-princípio*, em questão, não significam dois vocábulos separados, mas pares que se constituem em relação, no espaço *entre*, conformando uma unicidade, sem desconsiderar suas particularidades, que se manifestam pela unidade da relação. Consideramos que as singularidades, que constituem essas unidades, são (re)configuradas pela memória, como essência da organicidade do Eu e do Outro, movimentada na relação, no espaço *entre*, na medida em que nos expomos e nos envolvemos com a alteridade. É, portanto, sob esse aspecto que as percepções, experiências e vivências vão se (re)estabelecendo, indicando, portanto, a contingência e a particularidade da ocorrência da comunicação. Afinal,

As organizações são espaço e lugar de vivências/sobrevivências e/ou experiências, de encontros/desencontros/reencontros, de construção/fortalecimento/disputas de sentido, de aproximações/distanciamentos, de (in)comunicação/de vínculos (SCROFERNEKER; AMORIM, 2016, p. 263).

⁵⁴ Autor que apresenta a obra de Martin Buber, intitulada *Eu e Tu*.

As dimensões propostas pelas autoras extrapolam as iniciativas de controle e unificação. No entanto a memória pode acabar se constituindo como uma tentativa de domínio e ordem dessas dimensões. As memórias de uma organização, ao ganharem materialidade, por meio de narrativas expostas em produtos memorialísticos, podem transparecer que suas vivências/sobrevivências e/ou experiências foram vividas sob uma ordem coerente, consensual e determinada. Mas, para além dessas narrativas, editoras de memórias, há a força das memórias vivas, que vai (re)configurando as percepções, (des)ordenando as vivências e experiências no pulsar de cada encontro/desencontro/reencontro.

As organizações são ambientes vivos, constituídos por interações dinâmicas. Nesse processo, não podemos contar apenas com o sentido de ordem, pois o princípio da desordem é fundamental, numa relação ordem/desordem. A concepção que incorporamos sobre organizações não pressupõe uma formatação linear, em que uma ação é automaticamente sucessão da outra, conforme o esquema da causalidade (MORIN, 2013). A abordagem baseada na relação causal pode ser percebida na tentativa das organizações imprimirem, a partir do recurso das linhas de tempo, uma trajetória coerente, ordenada, de sucessivos avanços e conquistas. Ao contrário, a proposta é incorporarmos uma coprodução entre ordem/desordem, desenvolvida em uma natureza dialógica.

Efetivamente, para conceber a dialógica da ordem e da desordem, é preciso deixar em suspenso o paradigma lógico em que a ordem exclui desordem e inversamente que desordem exclui ordem. É preciso conceber uma relação fundamentalmente complexa, ou seja, ao mesmo tempo complementar, concorrente, antagonista e incerta entre estas duas noções. Assim, a ordem e a desordem são, sob um certo ângulo, não apenas distintas, mas em oposição absoluta; sob outro ângulo, apesar das distinções de oposições, as duas noções são uma (MORIN, 2013, p. 105).

A ordem auto-organizadora se complexifica entre desordens, caos, imprevisibilidades, dinamicidades, memórias, estimulando, assim, processos criativos à constituição de novas ordens/desordens. A organização é um sistema vivo, dotado de autonomia, que se desenvolve por fenômenos de autoprodução, autorregulação, auto-organização. No entanto Morin (2013; 2008) chama a atenção para a relatividade dessa autonomia, valendo-se da concepção de sistemas abertos. O autor destaca que a individualidade e a autonomia dos sistemas são fundamentais para sua identidade

e diferenciação. Todavia esclarece que as influências e a troca do/com o meio são indispensáveis. Sob esta perspectiva, propõe o princípio da auto-eco-organização, enfatizando que o sistema não é autossuficiente, “[...] só pode ser totalmente lógico ao introduzir, nele, o meio estranho. Ele não pode terminar-se, fechar-se e autobastar-se” (MORIN, 2008, p. 49). Quando pensamos em uma organização, não podemos esquecer que ela integra um todo, como parte de um ecossistema.

Essas características nos levam a perceber as organizações enquanto um sistema *complexo*, para além de elementos quantificáveis e plenamente planejáveis e assertivos, mas constituído por incertezas e imprevisibilidades. A ideia de controle absoluto acaba por sufocar a dinâmica organizacional, comprometendo seus processos, que são vivos, as transformações, adaptações e criações essenciais para a sua auto-eco-organização.

A cristalização de memórias em produtos, pode até ser um recurso para registrar, sistematizar e divulgar determinadas “imagens” de experiências e vivências, uma possível inovação das organizações. Entretanto, sob nosso entendimento, essa abordagem prioriza o paradigma informacional/transmissivo, inibindo a comunicação, no sentido que assumimos, na medida em que é cerceadora, baseada, tão somente, em “[...] formas de neutralização, racionalização e simbolização” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 21), embora essas memórias estejam “travestidas” de afetividades espontâneas.

3.3 Narrativas institucionais: “cristalização” de memórias?

A narrativa, constituída através de depoimentos, sustentadas nas experiências pessoais, como uma narrativa memorialística, vem sendo associada à prática do *storytelling*. Entendido como uma forma de estruturação, organização e difusão da narrativa, o *storytelling* configura-se “[...] por suporte impresso, audiovisual ou presencial, baseados nas experiências de vida próprias ou absorvidas de um interagente, derivando relatos envolventes e memoráveis” (COGO, 2010, citado por NASSAR; COGO, 2013, p. 94). Para os pesquisadores, o *storytelling* apresenta técnicas importantes para inovar processos de gestão nas organizações contemporâneas. De acordo com Cogo (2012),

[...] histórias compartilhadas podem expressar a experiência organizacional dos membros; confirmar as experiências e significados compartilhados entre membros da mesma organização; orientar e socializar novos membros; desenvolver, aperfeiçoar e renovar o senso de propósito dos membros da organização; preparar um grupo para o planejamento, planos de aplicação e tomada de decisão em consonância com os propósitos compartilhados, e co-criar visão e estratégia (COGO, 2012, p. 127).

Nessa perspectiva, Nassar (2013) afirma que, na primeira década dos anos 2000, as organizações passaram a fazer uso de relatos orais, a partir de narrativas baseadas em seu universo simbólico. O autor considera que as memórias de empregados e consumidores possam se constituir em uma via para a construção de novos valores, indo além do reconhecimento econômico, abarcando outras dimensões, como respeito e responsabilidade. O trabalho sobre as memórias orais, no contexto organizacional contemporâneo, parece assumir interesses e direcionamentos distintos aos preconizados pela História Oral⁵⁵, embora se valha de seus pressupostos metodológicos.

Ribeiro (2013) indica que as organizações também são espaços de sentimentos e afetividades e, portanto, há necessidade da criação de novas narrativas comunicacionais. A proposta da autora está focada no conteúdo centrado na emoção, nas narrativas afetivas e efetivas, capazes de superar as racionalidades impostas pelos sistemas estruturais.

Ao se pensar na comunicação de empresas e instituições, sobretudo a comunicação interna (com os funcionários), é preciso compreender as pessoas e dar voz para elas, para as suas narrativas particulares. Reconhecer o valor das individualidades e o nível micro das narrativas de cada um dos integrantes constitutivos da organização. A comunicação repercute de forma diferente em cada pessoa, de acordo com os seus sentidos afetivos e cognitivos, suas emoções momentâneas, suas memórias e histórias de vida – seus repertórios (RIBEIRO, 2013, p. 9).

⁵⁵ Como referência, destacamos a obra do historiador inglês Edward Thompson (1924-1993), *A Formação da Classe Operária Inglesa*, composta por três volumes (1963; 1968; 1980). Para a realização dessa pesquisa, o historiador concentrou suas observações no cotidiano e na fala dos trabalhadores. Sua obra foi um marco para a historiografia, bem como para o desenvolvimento dos Estudos Culturais. A coleta de memórias/depoimentos, sob essa perspectiva, pode gerar fontes históricas essenciais à produção do conhecimento, trazendo às análises abordagens mais plurais e multidimensionais. “Fontes orais, contam-nos não apenas o que o povo fez, mas o que queria fazer, o que acreditava estar fazendo e o que agora pensa fazer” (PORTELLI, 1997, p. 31). Nesse sentido, as possibilidades dessa metodologia vão muito além de reafirmar modelos e significados propostos *a priori*. Ao contrário, escutar e acolher diferentes vozes é se abrir à pluralidade, à alteridade e, portanto, dar espaços aos dissensos, às trocas, ao diálogo e às transformações.

A atenção para essas questões, às narrativas particulares, com todas as suas subjetividades, nos remete à importância da centralidade do diálogo nas organizações. Conforme Marcondes Filho (2010b), diálogo é “[...] lugar de encontro, espaço ‘entre’, dimensão que faz par com o ‘durante’, na ocorrência do aqui e agora da relação dialógica” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 46, grifos do autor).

Diálogo pressupõe alteridade, recepção, abertura, acolhimento, uma relação entre EU-TU, em que “[...] o diálogo supera a distância sem suprimi-la: chego ao outro sem explorá-lo, sem investigá-lo, sem escavá-lo” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 47). Nessa perspectiva, Scroferneker, Amorim e Florczak (2016) destacam o diálogo como elemento central dos processos comunicacionais do [no] universo de tensões das organizações. Nesse caso, considerar as narrativas/micronarrativas dos diferentes sujeitos organizacionais, carregadas de suas impressões e memórias, é redimensionar a importância da escuta nesses espaços. No entanto, a partir das reflexões exemplificadas que realizamos, essas ações seguem determinadas orientações, expondo e dando eco às falas que estão afinadas aos interesses da gestão. Além disso, muitas vezes, são práticas sazonais, normalmente vinculadas à ações comemorativas, com tom elogioso, mais do que propriamente uma abertura, efetiva, à cultura baseada no diálogo, ao considerarmos que:

Na experiência do diálogo, constitui-se um terreno comum entre outrem e mim, meu pensamento e o seu formam um só tecido, meus ditos e aqueles do interlocutor são reclamados pelo estado da discussão, ele se inserem em uma operação comum da qual nenhum de nós é o criador. Existe ali um ser a dois [...] (MERLAU-PONTY, 1999, p. 475).

“Existir a dois” é estar disponível à escuta sensível do Outro, de suas percepções, experiências e vivências, que coabitam em suas memórias, permitindo que esse seja um momento de possíveis trocas, transformações e, quiçá, comunicação, enquanto um *Acontecimento*. No entanto as organizações, através da memória organizacional, vêm buscando reunir diferentes vozes em um produto institucional, na tentativa de constituir uma aparência amistosa e afetiva. “Existir a dois”, nesse caso, é, sob nossa perspectiva, suplantado pela esquizofrenia de um monólogo, pela unificação de um discurso institucional, que se apresenta como multiprotagonista.

O que evidenciamos é a priorização da memória como um produto formatado para divulgações e promoções institucionais. Percebemos, novamente, essa abordagem, num trecho do livro *BNDES: um banco de história e do futuro* – 2012, produzido pelo Museu da Pessoa, entre as ações comemorativas dos 60 anos do Banco, nas Figuras 12, 13 e 14.

Figura 12 – Livro online *BNDES: um banco de história e de futuro* (p. 201)

Fazendo parte

Tenho muito orgulho de trabalhar aqui. Acho que o “S” de social do BNDES é fundamental. Eu venho do interior de Minas e cresci vendo o meu pai fazendo a parte dele lá na nossa cidade. Ele é vicentino e o alvo da sociedade Nossa Senhora de Paula é ajudar as pessoas mais necessitadas e os mais idosos. Eu vi meu pai fazer isso a vida inteira e sempre admirei muito a atuação que ele tem lá perante a comunidade carente da minha cidade no interior. Agora, aqui, eu me sinto fazendo parte de uma instituição que faz um trabalho social em grande escala pelo nosso país. Eu vejo que estou fazendo parte de uma empresa que tem a preocupação com o social, e que o resultado é ampliado muitas vezes diante daquilo que eu tinha como exemplo do que o meu pai fazia lá no interior de Minas.

Jaqueline Lemos Almeida, advogada,
ano do depoimento: 2012

ano do depoimento: 2012

Ainda pequeno

O Banco era pequeno, tinha apenas trezentos funcionários e poucos departamentos: Departamento de Projetos, Administrativo, Financeiro e a Assessoria Jurídica. Ele não tinha muitos órgãos, nem estava subdividido em seções. Eu me lembro do projeto de implantação da Usiminas, com capital também de japoneses, o da indústria automobilística, da Siderúrgica Nacional... Muitas indústrias foram criadas naquele período, nem dá para citar todas. Havia também ferrovias, trens. O investimento básico era na indústria pesada, depois se passou a diversificar a aplicação em outras áreas, mas no início era mais em indústria pesada e criação de indústria, mesmo, forte. O Banco sempre primou pelo desenvolvimento econômico do país.

Elpidio Coimbra, auxiliar administrativo,
ano do depoimento: 2012

Desafios do futuro

Os desafios do BNDES são fantásticos, porque são os desafios do futuro do Brasil. Nós aqui dentro, cada um em sua área, cada um com a sua participação, conseguimos influenciar de modo positivo o desenvolvimento do Brasil.

Lais Maria Veríssimo Reis Costa, advogada,
ano do depoimento: 2012

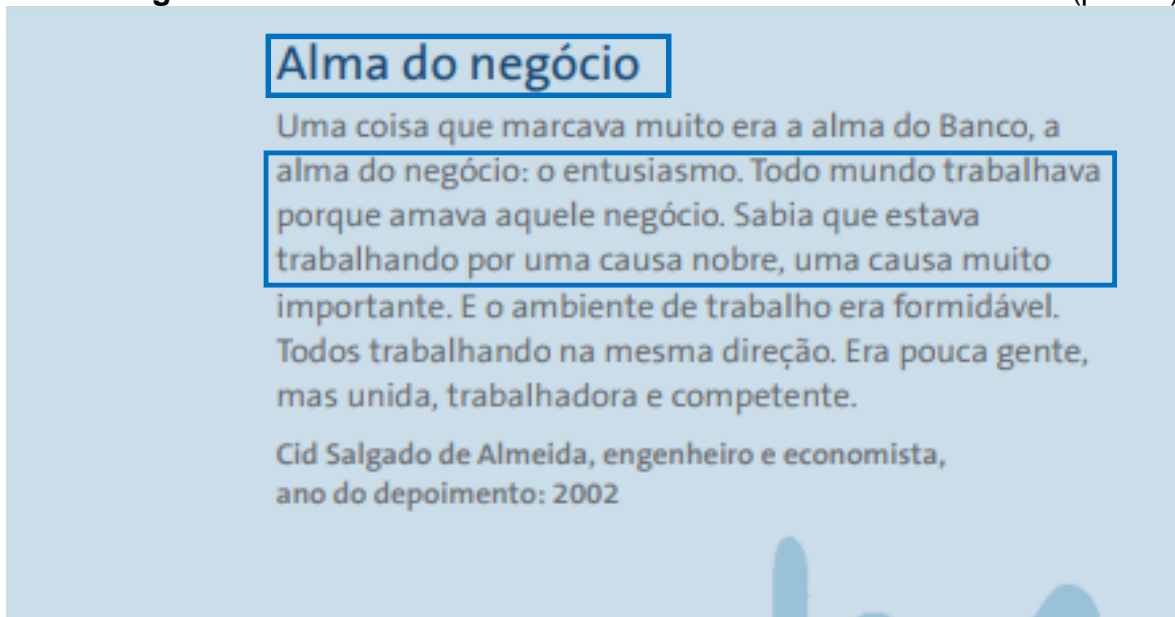
Um sonho

Eu tenho um sonho ao olhar para o futuro e ver as grandes transformações tecnológicas. O maior desafio é criar as bases para que o Brasil possa ousar outra vez e se aproximar das frentes de inovação tecnológica, devolvendo aqui indústrias novas, indústrias do futuro. Nós temos que fazer toda essa base, temos muito trabalho pela frente.

Luciano Galvão Coutinho, economista,
ano do depoimento: 2012

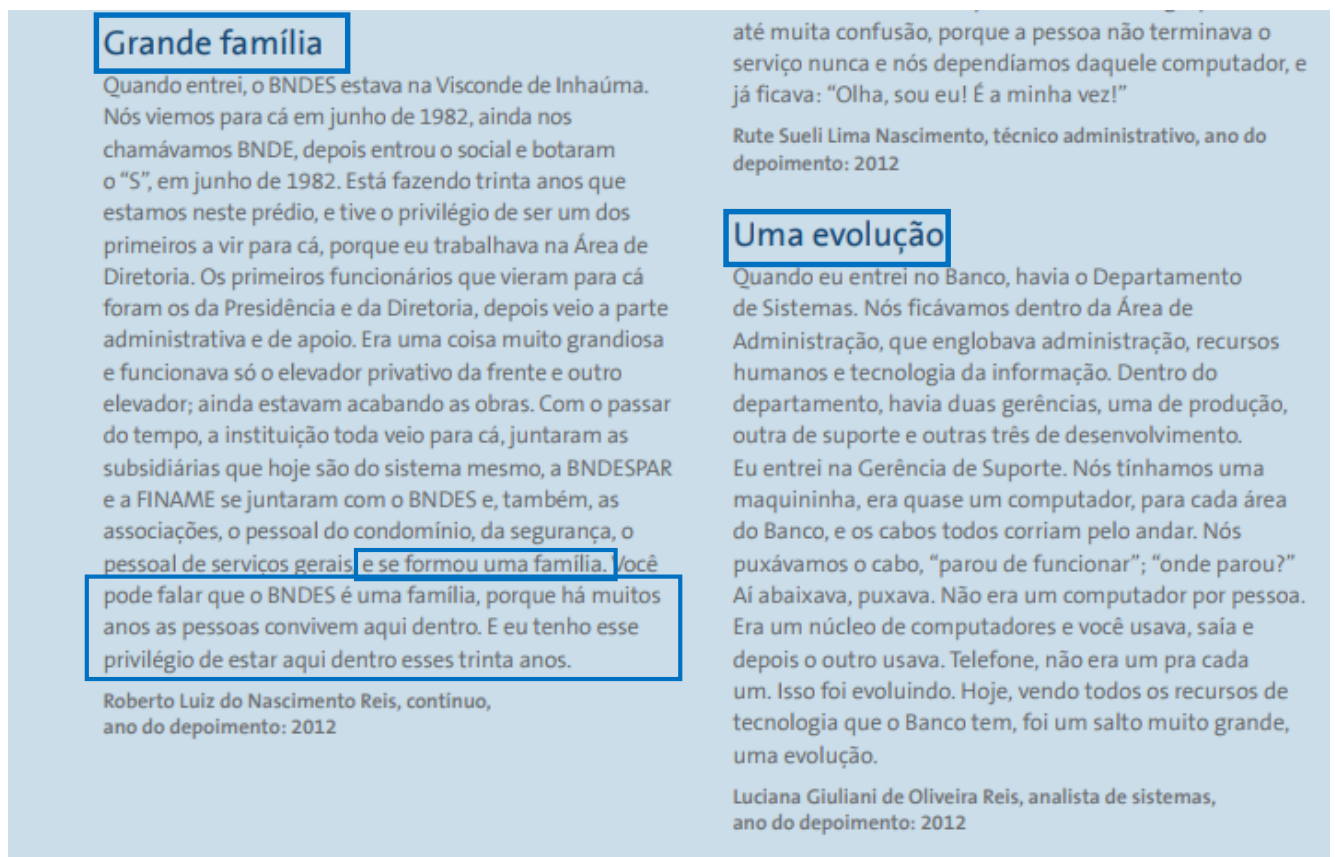
Fonte: Biblioteca Digital *BNDES*.

Figura 13 – Livro online *BNDES: um banco de história e de futuro* (p. 203)



Fonte: Biblioteca Digital *BNDES*.

Figura 14 – Livro online *BNDES: um banco de história e de futuro* (p. 204)



Fonte: Biblioteca Digital *BNDES*.

Os produtos de memória visam imprimir determinados sentidos, pela recorrência de algumas expressões, destacadas nos depoimentos do livro.

Evidenciamos o teor exaltativo e afetivo, associando à empresa as dimensões de “evolução”, “Sonho”, “Fazendo parte”, “orgulho”, “Desafios do futuro” (Figura 12); “Alma”, “entusiasmo” (Figura 13); “família”, “evolução” (Figura 14), muito semelhante à abordagem do vídeo/depoimento da ação, também, comemorativa, *Minha Votorantim*. Embora se trate de outra organização e de outras pessoas, as narrativas se estruturam sobre expressões semelhantes, representando sentidos similares. Dessa forma, é importante estarmos atentos que:

Quando a narrativa da história responde apenas aos interesses gerenciais, ou publicitários (promocionais ou performativos) o relato tende a ser moldado com vistas a apresentar a melhor imagem possível da organização, em detrimento da compreensão dos acontecimentos ou do aprendizado deles resultante. O que se empreende, dessa forma, é um processo de narrativização dos fatos, os quais são ordenados em uma sucessão cronológica e envolvidos por uma trama que busca validar a existência da empresa através da mitificação de seu passado (SANTOS, 2016, p. 320).

A narrativização da história de uma empresa corresponde a um processo seletivo, orientado conforme os interesses de cada organização, construindo determinadas representações. Como outro exemplo elucidativo, referenciamos uma produção da mineradora Samarco, que lançou, no início de 2016, uma peça publicitária baseada nas técnicas do *storytelling*. O comercial⁵⁶, veiculado em horário nobre na TV aberta, parecia buscar enfatizar que uma história é constituída por múltiplas versões e, portanto: “É sempre bom olhar para todos os lados”, frase que dá início ao vídeo. Para tanto, apresentava sua versão sobre o rompimento da barragem de Fundão, em Minas Gerais, ocorrida no dia 5 de novembro de 2015, e suas decorrências, a partir de uma abordagem pretensamente plural. Para tanto, foram expostas narrativas de funcionários, devidamente identificados no vídeo, além da indicação do tempo de trabalho, ou seja, do envolvimento de cada trabalhador com a mineradora. A perspectiva temporal tende a gerar maior credibilidade às narrativas, pois são fundadas no conhecimento partícipe.

O vídeo, através das “memórias” e “experiências” dos funcionários, apresenta um viés da trajetória da organização, entre outros possíveis. Por meio de diferentes narrativas, destaca seus “feitos” na, e para a, sociedade, bem como o empenho e a solidariedade em amenizar os danos provocados pelo grande “desastre” ambiental. A

⁵⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=oaZYpRMr2C0>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

peça publicitária é constituída com frases de efeito, que indicam comoção, utilizando dizeres como “a gente quer ajudar de qualquer forma”, “missão de acolher as pessoas”, “todo mundo vestiu a camisa”, “a gente abriu os braços e falou: Pô, tamo aqui”, na investida de sustentar uma trajetória histórica que soma forças para “fazer o que deve ser feito”. É importante lembrarmos que, até esse episódio, essa era uma história desconhecida por muitos, pois o nome Samarco não era explorado midiaticamente. Acreditamos que esse caso elucida a manipulação de narrativas, o uso de memórias, calcadas na experiência vivida, para a organização alcançar e impactar seus públicos, por meio de suas estruturas comunicacionais.

As micronarrativas são reorganizadas para comporem materiais de divulgação/informação/comemoração. A partir da utilização de trechos selecionados, as narrativas reverberam uma trajetória repleta de sentimentos, empenho, legitimidade, colaboração e comprometimento que justificam, portanto, um orgulho em pertencer e celebrar essa história. As memórias trazem emoção para as narrativas organizacionais. Os propósitos, em si, não parecem sofrer grandes transformações, mas a fala oficial adquire “nova roupagem”.

É possível associar tais práticas ao uso racionalista do afeto pela retórica da narrativa. Aproximamos o sentido dessas iniciativas, configuradas como *storytelling*, das dimensões proposta pelo conceito de *bios midiático ou virtual*. Esse novo *bios* se (re)organiza “[...] como uma espécie de comunidade afetiva de caráter técnico e mercadológico, onde impulsos digitais e imagens se convertem em prática social” (SODRÉ, 2006, p. 99). A configuração das narrativas organizacionais pode, então, ser problematizada sob o contexto desse novo *bios*.

Para além dos aspectos literários, a narrativa pode ser apreendida como um modo de (re)construção e compreensão do mundo. As organizações, enquanto (re)produtora de narrativas, atuam, também, sobre esse novo *bios* (SODRÉ, 2006). Conforme D’Almeida (2012), as narrativas atuam na configuração e (re)estruturação das organizações empresariais contemporâneas.

Compreender as organizações a partir de suas narrativas, pensa-las como lugar de produção simbólica específica, traz a narratologia para um novo universo, o organizacional, à primeira vista distante das produções literárias, artísticas ou midiáticas que esta disciplina

permitiu compreender de uma nova maneira.⁵⁷ (D'ALMEIDA, 2012, p. 93, tradução nossa).

Nesse sentido, podemos pensar a comunicação no contexto das organizações como espaço produtor, provocador e articulador de narrativas, em um processo constante de (re)citação de si. Essa abordagem começou a ser postulada por D'Almeida no início dos anos 2000. Tais reflexões consideram a tese da crise das metanarrativas, apresentada por Jean-François Lyotard (1924-1998), na década de 1970, em sua obra *A condição pós-moderna*. Sob esse contexto, D'Almeida (2012; 2004) expõe a multiplicação de *narrativas econômicas*⁵⁸, como alternativa à crise das grandes narrativas fundadoras e explicativas da história da humanidade. Assim, “A atividade narrativa não desaparece, mas seu conteúdo se transforma, aparecem novos narradores e novas intrigas.⁵⁹” (D'ALMEIDA, 2004, p. 27, tradução nossa).

As narrativas, portanto, podem ser entendidas como possibilidades de relação da organização com os diferentes sujeitos, como tentativa de aparição, promoção e legitimação. Compreender as organizações contemporâneas como coprodutoras de narrativas, é “[...] considerar o discurso da organização que apresenta-se assim como instituição: fala instituinte, institucionalizante de um tempo, de uma ordem, de um sentido”⁶⁰ (D'ALMEIDA, 2004, p. 28, tradução nossa). Nesse caso, podemos pensar nas singularidades expressas pelas memórias individuais como substrato para a configuração de narrativas, (re)tecendo a organização sob uma dimensão simbólica.

As narrativas de empresa se situam entre mitos e projetos, em busca de origem e projeção em direção ao futuro. Elas reúnem tanto lembranças de um passado de sucessos quanto sutis expectativas sobre a ação futura. Além de seu enunciado, essas narrativas buscam signos de reconhecimento e pertencimento⁶¹ (D'ALMEIDA, 2012, p. 97, tradução nossa).

⁵⁷ *Comprendre les organisations à partir de leurs récits, les penser comme lieux d'une production symbolique spécifique revient à appliquer la narratologie à un univers nouveau, à première vue éloigné des productions littéraires, artistiques ou médiatiques que cette discipline a permis de comprendre d'une nouvelle manière.*

⁵⁸ *Récits économiques*, conforme a autora apresenta.

⁵⁹ *L'activité narrative ne disparaît pas, mais son contenu change, de nouveaux narrateurs et de nouvelles intrigues apparaissent.*

⁶⁰ *d'envisager la parole de l'organisation qui se pose ainsi comme institution: parole instituinte, instauratrice d'un temps, d'un ordre et d'un sens.*

⁶¹ *Les récits d'entreprises se situent entre mythes et projets, entre quête de l'origine et projection vers le futur. Ils sont autant de rappels d'un passé réussi que de subtiles injonctions sur l'action à venir. Au-delà de leur énoncé, ces récits proposent des signes de reconnaissance et d'appartenance.*

Para a autora, as *narrativas econômicas* representam um conjunto de narrações que propõem significações, como uma forma da empresa se apresentar e colocar-se no mundo. “A empresa se coloca em narrativa e a comunicação da empresa pode ser compreendida como a constante recitação de seus sucessos passados, presentes e futuros”⁶² (D’ALMEIDA, 2004, p. 26, tradução nossa). As narrativas corroboram os processos de (re)produção, representação e transformações das organizações.

Santos (2016), em sua pesquisa doutoral, intitulada *Comunicação das organizações: estratégias de legitimação através das narrativas histórico-organizacionais*, identifica três formas de narrativas fundamentais, a saber: a *Narrativa científica da história organizacional*, a *Narrativa testemunhal da história organizacional* e a *Narrativa promocional da história organizacional*. A primeira refere-se às narrativas produzidas por pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento, de cunho acadêmico e, portando, conferindo legitimidade às narrativas, por meio da abordagem científica. Assim,

[...] através das narrativas histórico-organizacionais as empresas reivindicam seu lugar na história nacional, regional ou setorial, por meio de uma narrativa científica tal posição é reforçada graças ao status e poder dos “especialistas” reconhecidos, enquanto porta-vozes de um discurso legitimante (SANTOS, 2016, p. 324, grifo da autora).

A segunda forma de narrativa, identificada pela pesquisadora, divide-se em dois tipos: a *Narrativa autobiográfica da história organizacional* e a *Narrativa pluralista ou coletiva da história organizacional*. Ambas são constituídas de relatos orais, fruto de entrevistas, depoimentos, histórias de vida. Uma é baseada nos relatos de personalidades específicas da organização (fundador, dirigente, gestor...). A outra busca evidenciar a pluralidade, destacando o discurso dos diferentes sujeitos que integram, ou integraram, a organização. Atendendo aos interesses da gestão, o recurso testemunhal pode “[...] fazer parte de uma estratégia de integração, fortalecimento do sentimento de pertença dos funcionários, de valorização e reconhecimento de sua participação na construção da história empresarial” (SANTOS, 2016, p. 325).

⁶² *L'entreprise se met en récit et la communication d'entreprise peut être comprise comme l'interminable récitation de ses succès passés, présents ou à venir.*

O terceiro formato é associado, normalmente, aos períodos comemorativos. Com intenção de alcançar um grande público, muitas vezes, segue uma abordagem lúdica e didática, materializando-se em exposições, *sítes* interativos, linhas do tempo etc. Essas investidas ambicionam “[...] a promoção ou vulgarização da história da empresa” (SANTOS, 2016, p. 325).

Santos (2016) evidencia essas três formas de narrativas, a partir de um estudo empírico, analisando duas organizações, uma no Brasil e outra na França. Essa perspectiva identifica que a história é produzida em prol dos interesses da organização. Conforme a autora, a narrativização da história de uma empresa objetiva enaltecer seus feitos, justificar suas práticas, promover e ratificar a sua existência e atuação. A história organizacional configura-se como um instrumento de legitimação. Diante disso, enfatiza a importância das narrativas não serem compreendidas apenas de maneira “[...] pragmática ou instrumental, como produtos da comunicação organizacional [...] utilizadas para alcançar determinados fins (sensibilizar, convencer, vender, etc.)” (SANTOS, 2016, p. 334).

As concepções críticas de Santos (2016) vão ao encontro das considerações que realizamos sobre os exemplos apresentados anteriormente, referente à memória organizacional de diferentes empresas. É possível reconhecermos, nas reflexões da autora, as características que evidenciamos nos portais corporativos, ao abordarem a temática da memória. No caso da campanha *Minha Votorantim* (Figuras 7, 8, 9, 10 e 11) e do livro comemorativo dos 60 anos do *BNDES* (Figuras 12, 13 e 14) percebemos a *narrativa pluralista*, ao destacarem suas trajetórias através de diferentes testemunhos. Tais abordagens podem ser associadas, também, ao terceiro formato de narrativa, voltadas aos momentos celebrativos, com a intenção de enaltecer a sua história. Embora a pesquisadora ressalte a importância das narrativas serem compreendidas para além do aspecto instrumental, as práticas e as proposições acadêmicas, no campo da Comunicação no Brasil, no contexto das organizações, permanecem priorizando essa abordagem.

Cousserand (2006), debatendo sobre a relação entre legitimação e representações do passado, na comunicação, destaca que a comunicação não se estabelece por uma ação transmissiva, restrita às suas intenções de origem. Ressalta, ainda, diferenças entre informação e comunicação e reitera que:

O que poderia sobretudo nos levar a pensar que mais o passado das empresas se pretende portador de significados, de mensagens significativas, menos ele se torna portador de sentido, mais ele perde o seu valor comunicacional, para ser assimilado a uma técnica de gestão que se apoia em uma ferramenta considerada comunicacional⁶³ (COUSSERAND, 2006, p. 148, tradução nossa).

As potencialidades das narrativas são inúmeras, principalmente se consideramos a heterogeneidade que elas podem expressar, por suas configurações plurais, sobretudo para o campo da História. Entretanto, quando a colocamos em relação com a comunicação, o anseio em proliferar determinadas significações, por meio de ações transmissivas, pode esvaziá-la da potência de sentido, restringindo as possibilidades de comunicação.

Se comunicar cria um campo de produção de sentido, a comunicação empresarial não pode ser considerada como um assunto de imagem. O perigo é bem evidente de que a função da comunicação prevaleça sobre a natureza das relações, privilegiando assim a instrumentalização em detrimento da abertura e do diálogo, a relação apagando-se em proveito da busca da eficiência comunicacional e da rentabilidade de trocas. A relação é levada então, em nome de uma certa ideologia do todo comunicante, subentendido pela transparência (que mascara a vigilância), a participação de todos (que esconde a questão das obrigações e do custo existencial) e o conhecimento para todos (entretanto, a disponibilidade de saberes não cria a igualdade de acesso ao saber)⁶⁴ (COUSSERAND, 2006, p. 127, tradução nossa).

As discussões apresentadas colocam em cena problematizações para (re)pensarmos os contextos de produção, as relações de poder e as disputas que permeiam as (re)construções das narrativas memorialísticas de uma organização. Até o presente momento, sob nossa perspectiva, consideramos que a memória organizacional não configura uma interface memória e comunicação. Conforme exposto anteriormente, compreendemos que há uma relação de interface entre

⁶³ *Ce qui pourrait notamment nous amener à penser que plus le passé des entreprises se veut porteur de significations, de messages significatifs, moins il devient porteur de sens, plus il perd de sa valeur communicationnelle, pour être assimilé à une technique managériale que s'appuie sur un outil réputé communicationnel.*

⁶⁴ *Si communiquer crée un champ de production de sens, la communication d'entreprise ne peut être exclusivement envisagée comme une affaire d'image. Le danger est bien évidemment que la fonction de la communication prime sur la nature des relations, privilégiant ainsi l'instrumentalisations au détriment d l'ouverture et du dialogue, la relation s'effaçant alors au profit de la recherche de l'efficience communicationnelle et de la rentabilité des échanges. Elle l'emporte alors au nom d'une certaine idéologie du tout communicant, sous tendue par la transparence (que masque la surveillance), la participation de tous (qui élude la question des contraintes et du coût existentiel) et la connaissance pour tous (or la disponibilité des savoirs ne crée pas l'égalité d'accès au savoir).*

memória, informação e gestão. Entretanto é importante esclarecer que não estamos negando a possibilidade da comunicação *Acontecer* entre as relações que se configuram pela memória organizacional, mas evidenciando que, ao ser associada à comunicação, tanto nas pesquisas acadêmicas no Brasil, como nas práticas, o enfoque é instrumental, legando à comunicação o papel de ferramenta da gestão. Assim, retomamos a nossa segunda inquietação de pesquisa: Quais dimensões podemos evidenciar na memória organizacional, considerando as proposições acadêmicas e suas práticas? É nessa direção que conduzimos nossa caminhada na próxima Seção.

4. (RE)CONSTRUINDO ROTAS – DIMENSÕES DA MEMÓRIA ORGANIZACIONAL

Menos a memória é vivida do interior, mais ela tem necessidade de suportes exteriores e de referências tangíveis de uma existência que só vive através delas (NORA, 1985, p. 14).

Nesta Seção, objetivamos apresentar dimensões que, conforme nossos pressupostos teóricos, revelam a *práxis* da memória organizacional, considerando as reflexões e concepções que desenvolvemos nas duas Seções anteriores. Para tais consecuições, tecemos nossas reflexões com teóricos de outras áreas do conhecimento (História, Antropologia, Sociologia e Memória Social), numa proposta interdisciplinar, pelo comprometimento em estabelecer precisões conceituais que auxiliem à compreensão da memória organizacional. Nesse sentido, propomos, a seguir, problematizar a “cristalização” de memórias pela *lugarização* da memória organizacional.

4.1 Memória Organizacional: *lugar* da memória nas organizações?

Pierre Nora (1993), em suas reflexões sobre a problemática dos *lugares de memória*, expõe a *aceleração da história*, em “uma oscilação cada vez mais rápida de um passado definitivamente morto. Fala-se tanto de memória porque ela não existe mais” (NORA, 1993, p. 7). A História ocupa-se em desenvolver um exercício regulador da memória, em lhe consagrar lugares que se sustentam sobre a sensação de que não há mais memória espontânea, submetida a uma necessidade constante de reconstrução crítica, sempre incompleta.

Segundo Nora (1993), ocorre um *desmoronamento da memória*, devido a mundialização, massificação e midiaticização, que ocasionaram o fim das sociedades tradicionais, que conservavam e transmitiam seus valores através de instituições, como a família, escola, Igreja e Estado (NORA, 1993). A princípio, podemos identificar um paradoxo nessa relação, a ausência de memória configura-se em *lugares de memória*. No entanto o autor esclarece que é justamente a necessidade de lugares, para ancorarmos a memória, que indica o fato de não habitar mais a nossa memória espontânea.

Nora (1993) destaca que os espaços de memória não remetem à memória, mas à espaços de reconstrução da história. Espaços de salvaguarda, como: “Museus, arquivos, cemitérios e coleções, festas, aniversários, [...] são os marcos testemunhais

de uma outra era, das ilusões de eternidade. Daí o aspecto nostálgico desses empreendimentos de piedade, patéticos e glaciais” (NORA, 1993, p. 13).

Para o autor, os espaços de memória podem ser identificados em monumentos, museus, livros, personagens, estátuas, pinturas, arquivos, documentos, símbolos, instituições, eventos... Entretanto o que possibilita que estes se constituam como tal é possuir uma *vontade de memória*, uma intenção memorialista que garanta sua identidade. Um jogo entre memória e história configura estes espaços, “uma interação dos dois fatores que leva a sua sobredeterminação recíproca. [...] Na falta dessa intenção de memória os lugares de memória são lugares de história” (NORA, 1993, p.22).

São lugares em três sentidos (simultâneos) da palavra: material, simbólico e funcional. Um depósito de arquivo (material), só é um lugar de memória se a imaginação o investe de uma áurea simbólica. Um manual escolar ou um testamento (funcionais), só se configuram se forem percebidos como objetos rituais (culto à memória da nação ou de um indivíduo). O ato de guardar um minuto de silêncio (simbólico) representa o recorte material de uma unidade temporal, que simbolicamente tem a função de chamar a atenção para uma lembrança (NORA, 1993). São locais materiais e imateriais onde a memória de uma sociedade se cristaliza⁶⁵, espaços onde indivíduos, grupos, povos, nações se reconhecem, possibilitando formação de um sentimento de identidade e de pertencimento.

Podemos referir, então, a potência de uma memória organizadora (CANDAU, 2014) na estruturação de um grupo, nas representações que vão se constituindo sob as identidades (des/re)construídas. Ao propor a dimensão de *lugares de memória*, Nora (1993) ressalta diferenças entre memória e história. Para o autor, a memória é:

[...] a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações. [...] A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente. Porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; ela se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais

⁶⁵ Essa expressão pode ser relativizada partir do pensamento de Ricoeur (2007, p. 415), ao refletir sobre a obra *Lugares de Memória*, de Pierre Nora, considerando que: “Certamente, é em lugares que se cristaliza e se refugia a memória, mas trata-se de uma memória dilacerada, cujo dilaceramento não é, na verdade, tão completo que a referência à memória possa ser apagada”.

ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censura ou projeções (NORA, 1993, p. 9).

Enquanto a História é “[...] a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais. [...] uma representação do passado”. Assim, “[...] A memória é um absoluto e a história só conhece o relativo” (NORA, 1993, p. 9). Os *lugares de memória* indicam a passagem de uma história totêmica para uma história crítica. “Não se celebra mais a nação, mas se estudam suas celebrações” (NORA, 1993, p. 17). Os significados atribuídos aos *lugares de memória* giram em torno de abordagens conceituais da memória e da História, com suas diferenças e imbricações na tecitura da realidade social, onde “palpita algo de uma vida simbólica” (NORA, 1993, p. 14).

As reflexões de Nora (1993) elucidam as relações entre memória, História, identidade e criticidade. O autor discute sobre projetos de construção de identidades, e de como diferentes elementos e estruturas vão sendo (re)configurados para coesão e unificação de um grupo. Assim, podemos realizar uma analogia com o contexto organizacional, e sua busca por legitimidade, aspirando (re)constituir suas identidades em uma realidade social fragmentada, fluída e descentralizada. Valemo-nos, portanto, das contribuições de seu pensamento para compreendermos possíveis sentidos e motivações que orientam a produção de *lugares de memória*, como iniciativas de organizações empresariais.

O interesse empresarial em produzir *lugares de memória* pode ser identificado, também, pela formação da *Rede de Centros de Memória Empresarial*, formada por nove organizações, a saber: *Centro de Documentação e Memória Grupo Gol*, *Centro de Documentação e Memória Kablin*, *Memória Petrobrás*, *Espaço Memória Itaú Unibanco*, *Centro de Memória Bosch*, *Memória Votorantim*, *Memória Globo*, *Centro de Memória Bunge*, *Grifo e Tempo e Memória* (FUNDAÇÃO BUNGE, 2014). A constituição dessa Rede foi uma iniciativa da *Fundação Bunge*, tendo como propósito “[...] convergir interesses de maneira objetiva e positiva em torno do debate da missão dos centros de memória empresarial em relação à comunidade e às suas mantenedoras⁶⁶” (FERRAZ, 2014).

A memória organizacional, então, pode ser compreendida como a manifestação de uma *vontade de memória*, assumindo, na maioria das vezes, características de

⁶⁶ Informação concedida por e-mail, recebida no dia 19/11/2014, enviada pela coordenadora do Centro de Memória da Fundação Bunge, Ana Izabel Ferraz.

exaltação e celebração. Conforme já destacado, associa-se às intenções de legitimação, identificações, divulgação, marketing, além de questões relacionadas à gestão de informações e conhecimento. Esse trabalho, normalmente, é realizado por empresas especializadas na área. Para exemplificar, citamos aqui duas, entre as mais antigas do país a atuarem nesse ramo, o *Museu da Pessoa* (1992) e *Memória & Identidade* (1988). Ambas apresentam a relevância da memória organizacional, enfatizando diferentes perspectivas. “É preciso entender que a memória empresarial é um conceito de trabalho, do qual se extrai a matéria-prima para várias aplicações” (MEMÓRIA & IDENTIDADE, 2013).

Mais especificamente, em relação à comunicação, prevalece a concepção instrumental, circunscrevendo-a a mais uma ferramenta de gestão e divulgação da organização. Para o *Museu da Pessoa*,

A memória institucional pode ser utilizada como **ferramenta de comunicação**, pois estreita o relacionamento da empresa com seus stakeholders, pode ser utilizada como fortalecimento da marca, pois tangibiliza os seus feitos e como gestão do conhecimento, pois sistematiza informações que geralmente estão dispersas na organização ou mesmo na memória dos seus colaboradores. Existe hoje no mundo corporativo brasileiro um franco movimento de institucionalização da memória empresarial como **ferramenta de gestão** e fomento dos negócios. Ao preservar e **divulgar** os registros das suas memórias, as empresas exercem a sua responsabilidade histórica (MUSEU DA PESSOA, 2018).

As informações, retiradas do site do *Museu da Pessoa* vão ao encontro de outras abordagens, conforme estamos apresentando ao longo do texto. A recorrência da memória associada à ferramenta/instrumento para a comunicação, no contexto das organizações, torna nosso texto, por vezes, repetitivo. Nesse mesmo sentido, entre os produtos e serviços ofertados no site da *Memória & Identidade*, destacamos uma das propostas disponibilizadas às organizações: “**arquitetura** de projetos e composição de equipes adequadas às estratégias de comunicação e marketing do cliente” (MEMÓRIA & IDENTIDADE, 2013, grifo nosso).

“Arquitetar” *locais de memória* nos espaços organizacionais representa, portanto, uma *vontade de memória*, uma necessidade que se instalou no contexto empresarial brasileiro depois do processo de redemocratização. De acordo com o que propõe Nora (1993), a construção de *lugares de memória* pressupõe mediação, distanciamento, criticidade, portanto, a partir disso, não estamos mais imersos na

memória, mas em uma objetificação que dá origem a uma representação histórica. “Desde que haja rastro, distância, mediação, não estamos mais dentro da verdadeira memória, mas dentro da história” (NORA, 1993, p. 23).

Podemos associar o interesse organizacional por (re)configurar e propagar representações da sua trajetória com a discussão proposta por Jean Baudrillard (1929-2007), em relação aos simulacros e simulações. Para o autor,

Quando o real já não é o que era, a nostalgia assume todo o seu sentido. Sobrevalorização dos mitos de origem e dos signos da realidade. Sobrevalorização de verdade, de objectividades e de autenticidade de segundo plano. Escalada do verdadeiro, do vivido, ressurreição do figurativo onde o objeto e a substância desaparecem. Produção desenfreada de real e de referencial, paralela e superior ao desenfreamento da produção material: assim surge a simulação na fase que nos interessa – uma estratégia de real, de neo-real e de hiper-real, que faz por todo o lado a dobragem de uma estratégia de dissuasão (BAUDRILLARD, 1991, p. 14).

A memória organizacional vem sendo desenvolvida como uma possibilidade de apresentação e, por vezes, exaltação, de uma memória histórica. A sua estruturação é seletiva e arbitrária, mas pode gerar a sensação de que se trata de uma memória viva, pulsante, orgânica. No entanto ela faz parte de um processo de coleta, reunião, exclusão e edição. Estabelece-se uma relação mediada, para, posteriormente, ser exposta como elemento facilitador da gestão. Poderíamos dizer que se trata de uma proposta de homogeneização, a partir de um simulacro de construção/formação de pluralidades.

Os *lugares de memória* empresarial, nesse sentido, podem representar não só uma *vontade de memória*, mas, também, a construção de realidades que não se sustentam na organização cotidiana do universo empresarial. Em um cenário de tantas incertezas e volatilidades, a memória organizacional pode se configurar como uma alternativa de (re)construção do real. Um real “arquitetado”, projetando gerar processos de identificação, legitimação, vinculação, engajamento, pertencimento e empatia.

Sob essa “arquitetura”, a preocupação parece se limitar, tão somente, a composição de uma estrutura a ser divulgada, contemplada e exaltada, reverberando significações preestabelecidas. Nessa perspectiva, a comunicação parece ser compreendida como um produto, configurado pela formatação de memórias, a ser transmitido. No entanto relembramos que a comunicação não está nas materialidades

expostas e/ou veiculadas, ela acontece no espaço *entre* (MARCONDES FILHO, 2010b), pela abertura ao Outro, na troca, no contágio, na vinculação, na experiência vivida em alteridade. Entendemos que a objetificação da memória não contribui para o desenvolvimento compreensivo desse fenômeno. Os *lugares de memória* organizacional podem ser facilitadores de gestão, mas não de comunicação, apenas ambiências abertas à sua contingência.

Conforme Curvello (2014), do ponto de vista profissional, os entendimentos e discussões sobre a comunicação como uma atividade prescritiva pode apresentar impactos à gestão. Entretanto, sob o “[...] ponto de vista acadêmico é muito mais interessante, mais rico entender como essas coisas funcionam”, ou melhor, “como emergem, como se desfazem. [...] do que ficar dando receitas sobre como cuidar da comunicação” (CURVELLO, 2014, p. 366). Essas orientações contribuem às intenções desta pesquisa. Sendo assim, propomos (re)pensar a memória organizacional, assumindo que a compreendemos como (re)produtoras de narrativas representacionais.

4.2 Memória Organizacional: narrativas representacionais

Sob uma perspectiva crítica, em consonância com as reflexões apresentadas por D’Almeida (2014; 2012; 2004), Cousserand (2006) e Santos (2016), destacamos uma pesquisa de doutoramento, apresentada em 2008, na *École des Hautes Études en Sciences de l’Information et de la Communication – CELSA, Université de Paris – Sorbonne*. Com a tese *A história compreendida pela gestão: entre as práticas do passado e o exercício do poder gestor – o exemplo do Grupo Caixa Econômica*⁶⁷ (tradução nossa), o pesquisador Julien Tassel desenvolve uma reflexão crítica sobre a aproximação da História do universo corporativo. O autor, com uma proposta interdisciplinar, promove uma discussão sobre aproximações e tensionamentos entre a história acadêmica e a história gerencial, e suas relações entre o saber e o poder, em diferentes períodos. O enfoque da pesquisa é direcionado para o *Grupo Caixa Econômica*⁶⁸ (tradução nossa), mais especificamente à Associação para a História

⁶⁷ *L’histoire saisie par le management: entre pratiques du passé et exercice du pouvoir managérial – L’exemple du Groupe Caisse d’Épargne.*

⁶⁸ *Groupe Caisse d’Épargne*

das Caixas Econômicas⁶⁹ (tradução nossa), criada em 1995. As reflexões e análises propostas conduzem a compreender como a História oferece subsídios para contribuir com a engenharia da identidade da empresa, aliada aos interesses de seus gestores.

[...] o fato de que a história da gestão organiza-se menos conforme uma lógica da veracidade ou de um conhecimento do que conforme uma lógica da produtividade, ou o fato de que ela considera menos as formas de saber ou de relação com o passado que sua tendência de ser eficaz dentro de uma empresa⁷⁰ (TASSEL, 2008, p. 401, tradução nossa).

O autor identifica uma relação instrumental com a História, que é produzida a serviço da gestão, uma forma de explorar o passado conforme os interesses da organização, na medida em que produz seus próprios saberes. Assim, a História se configura como capital simbólico “[...] para melhor poder usar e seduzir esse capital simbólico, o poder de gestão define os objetivos de um futuro que os assalariados devem empenhar-se em realizar”⁷¹ [...] (TASSEL, 2008, p. 402, tradução nossa).

Tassel (2008) evidencia que a legitimação, outorgada pela História, está muito mais direcionada a promover um recurso de promoção e fortalecimento dos interesses da gestão do que se abrir à comunicação. A constatação do pesquisador vai ao encontro da afirmação de Aktouf (1996, p. 136, grifo do autor), ao destacar, há mais de 20 anos, que “[...] a comunicação organizacional, tal como é conduzida, teorizada e tradicionalmente ensinada, visa muito mais ao controle e a dominação das situações e dos empregados do que ‘colocar em comum’”.

A partir dos postulados de Tassel (2008), retomamos o pensamento de Nora (1993) ao enfatizar que: “tudo o que é chamado de clarão de memória é a finalização de seu desaparecimento no fogo da história. A necessidade de memória é uma necessidade de história” (NORA, 1993, p. 12), de reivindicação, entre diferentes grupos sociais e organizacionais, ao direito à preservação e exposição de seu passado. Esse movimento pode acabar desenvolvendo fragilidades, tanto à memória como para a História.

⁶⁹ *L'Association pour l'Histoire des Caisses d'Épargne.*

⁷⁰ *le fait que l'histoire managériale s'organise moins selon une logique de véridicité ou de connaissance qu'une logique de productivité, ou le fait que'elle tient moins compte des forme de savoir ou de rapport au passé que de leur propension à être efficaces au sein de l'entreprise.*

⁷¹ *pour mieux pouvoir en user et séduire, il définit les objectifs d'un avenir que les salariés doivent s'attacher à réaliser.*

Do lado da memória, como ela é voluntária e intencional no seu esforço de historicizar-se, ela se perde definitivamente como experiência do vivido, aparece como um constrangimento individual que vem do exterior. Do lado da história, perde-se a dimensão crítica que ela deve ter com relação ao passado, pois a ela não está reservado o papel de preservá-lo, tal qual ele foi, mas de reescrevê-lo incessantemente [...]. Erige-se, portanto, no presente alguma coisa híbrida e bastante ameaçadora, que é a **memória histórica**. Nem memória, porque alheia à experiência do vivido, nem história, porque destituída de seu valor crítico com relação ao passado (DECCA, 1992, p. 133, grifo nosso).

Ao considerarmos essas reflexões, podemos (re)pensar a constituição das narrativas organizacionais. Traçar uma narrativa através de fatos, situações e impressões sobre o pretérito, bem como sobre o presente, pode se configurar, então, como uma narrativa de *memória histórica*, diferentemente da narrativa histórica, que pressupõe criticidade e compromisso reflexivo e metodológico. Mesmo cientes que o estatuto da verdade possa ser contestado, a História segue um caminho argumentativo, baseado na análise de fontes. A História trabalha com verossimilhança, sobre um compromisso veritativo. Mas, também, distingue-se da memória, ao perder a sua espontaneidade evocativa. Outro aspecto importante, é que a memória não possui obrigação veritativa, embora tenha a intenção (RICOEUR, 2007).

As reflexões de Nora (1993), Decca (1992) e Ricoeur (2007) direcionam-se à historiografia, elucidando problematizações sobre as inter-relações entre História e memória. As relações que se (re)estabelecem entre memória e História são marcadas por disputas, afastamentos, (re)aproximações e interdependências. É importante, portanto, cautela, principalmente, quando ambicionamos uma proposta interdisciplinar. Por esse motivo, a Comunicação, ao buscar refletir sobre a memória, em uma diálogo com a História, necessita atenção e acuidade, evitando (re)apropriações tangenciais, desconsiderando seus tensionamentos e conflitos. Acreditamos que essas questões necessitam ser ponderadas quando falamos em memória organizacional, principalmente quando se trata da apreensão e mobilização de memórias que possam assumir sentido público. No entanto essas dimensões, conforme as reflexões que realizamos, parecem passar ao largo das proposições das organizações, bem como das pesquisas brasileiras sobre a temática. Com efeito, os sentidos atribuídos à memória organizacional necessitam ser problematizados, pois

[...] a crítica consiste em questionar as evidências que fundamentam ou justificam a ação, em questionar as imposições simbólicas, expor as lógicas políticas inscritas nestas imposições simbólicas, em atualizar em definitivo a violência contida no 'é isso' e seu prolongamento em práticas organizacionais⁷² (HELLER; HÜET; VIDAILLET, 2013, p. 24, tradução nossa).

Sob essa perspectiva, consideramos que é papel do pesquisador desacomodar e questionar justificações estabelecidas e reafirmadas pela recorrência das práticas. A postura crítica que assumimos, a partir do *pensamento complexo*, nos leva a compreender que a memória organizacional acaba imprimindo à comunicação uma dimensão de canal, de operacionalização e divulgação de narrativas, que se apresentam como narrativas memorialísticas.

No entanto consideramos que a memória organizacional concentra seus objetivos na elaboração de *narrativas representacionais*⁷³. Narrativas centradas na investida em ilustrar um passado linear, entre fatos, causas e consequências, na tentativa de construir legitimidade, sobre um passado de realizações. Mobilizam-se recursos, que trazem à cena mais humanidades⁷⁴, valendo-se de depoimentos, sons, vídeos e (re)produções de cenas representacionais que envolvam refinados recursos técnicos. As memórias tornam-se recursos de representação às configurações das narrativas organizacionais, imprimindo novos estilos à narrativa. Mas a transformação da forma não pressupõe a transformação da relação, que sob nossa perspectiva, permanece estruturada sobre as mesmas ideias paradigmáticas de outrora.

Portanto, compreendemos que as organizações incorporam a memória como um recurso estilístico à narrativa, desconsiderando a sua essência como (re)configuradora da narrativa (RICOEUR, 2007). Ao mesmo tempo em que desconsidera que a representação permite ver o objeto ausente, substituindo-o por uma imagem que o representa, mas sempre relida e recriada pelo autor, segundo valores e modelos de compreensão do mundo, subsumidos pela coletividade e grupos sociais/organizacionais, nos quais o sujeito está inserido (CHARTIER, 2002).

⁷² *la critique consiste à questionner les évidences qui fondent ou justifient l'action, à mettre en cause les impositions symboliques, à dévoiler les logiques politiques inscrites dans ces impositions, et à mettre à jour en définitive la violence contenue dans le « c'est ça » et son prolongement dans les pratiques organisationnelles.*

⁷³ A representação pode ser definida como uma imagem que remete à ideia e à memória de coisas, conceitos ou pessoas ausentes. A representação assume o papel de presentificação do ausente, “[...] substituindo-o por uma imagem capaz de representá-lo” (CHARTIER, 2002, p. 165).

⁷⁴ No sentido de subjetividades, sensibilidades, afetividades.

A memória, enquanto um conceito polissêmico, objeto de estudos de várias áreas do conhecimento, é promotora de diferentes especificidades, que vão se (re)constituindo de acordo com cada “lugar de social”. As reflexões de Nora (1993) auxiliam na compreensão da memória no processo da História, sinalizando que essa formação se dá na medida do desaparecimento da memória espontânea. No entanto as relações da memória com a Comunicação podem ser outras, e não se restringir apenas em apropriações que emergem da interface memória e História. Parece-nos que a comunicação no contexto das organizações vem substituindo a espontaneidade da memória em detrimento da (re)constituição de representações. (Re)Pensar a memória na comunicação é considerar, ou melhor, se abrir à espontaneidade da memória, como a indeterminação que se apresenta no espaço *entre* Eu e o Outro.

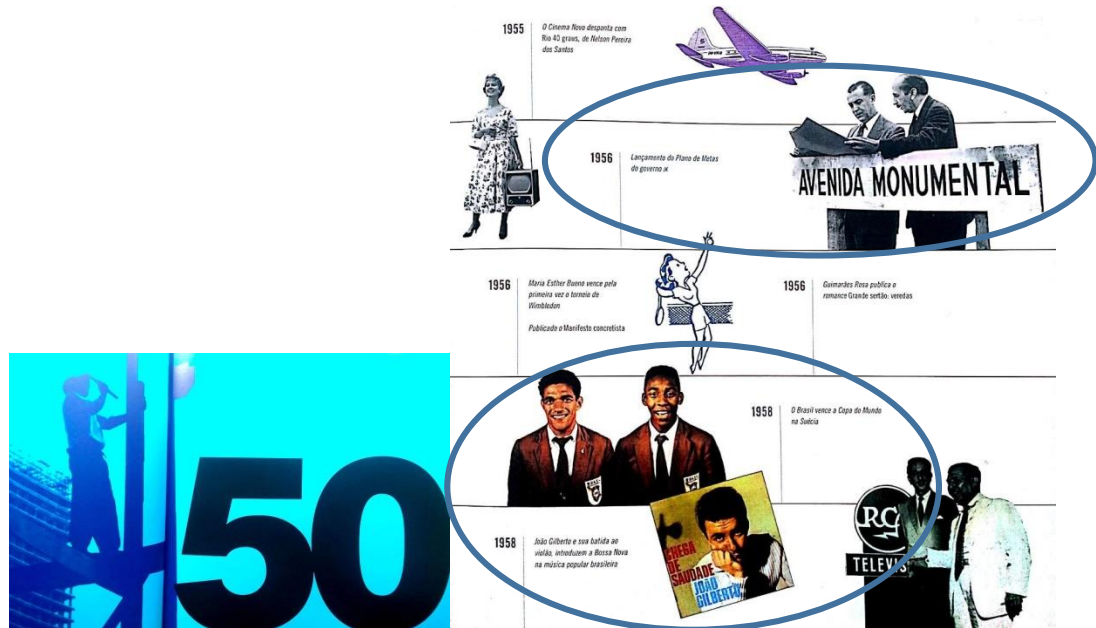
A memória é carregada de subjetividades, trazendo consigo dimensões sensíveis, que são incorporadas à configuração da narrativa. Assim, consideramos que as *narrativas representacionais* são baseadas em duas abordagens, que denominamos como *memória explícita* e *memória implícita*⁷⁵. Nessa perspectiva, evidenciamos uma afinidade entre memória, imagem e representação, na qual a organização se vale de uma abordagem memorialística para constituir determinadas imagens, através de representações. Apostando que tais recursos vão garantir a transmissão dos sentidos propostos pela organização, atingindo suas intenções. Todavia compreendemos que se trata de um processo de edição de memórias, apreendidas como um recurso para “potencializar” a comunicação, reduzida a um canal para alcançar determinados objetivos, desconsiderando o Outro na relação. Ou melhor, considerando que determinadas práticas/ações, como a operacionalização de afetos, através da memória, possa neutralizar as impressões e as construções de sentidos dos sujeitos. Primeiramente, expomos a *narrativa representacional* baseada na *memória explícita*.

⁷⁵ Faz-se importante destacarmos que essas categorizações são propostas com o intuito de elucidar formas de organização e expressão da memória organizacional. A partir delas, buscamos demarcar narrativas organizacionais, que mesmo não se apresentando como memorialísticas e/ou históricas, podem, também, agir sobre a mobilização de memórias, ou seja, atuando sobre a memória social. Portanto, elas não precisam estar separadas, enquadradas em um “estilo de memória” (representações explícitas) ou no outro (representações implícitas). Ao contrário, muitas vezes podem, inclusive, se confundirem. Nesse sentido, esta separação configura-se mais como um recurso didático às reflexões realizadas sobre a memória organizacional.

4.2.1 Narrativa Representacional – Memória Explícita

A *memória explícita* se relaciona às narrativas baseadas em fatos da trajetória da organização, contextualizados em associações com diferentes momentos históricos. Para melhor elucidar o que compreendemos por *memória explícita*, tomamos a liberdade de resgatar os exemplos apresentados na Seção anterior, referentes as empresas *Natura*, *Odebrecht*, *Votorantim* e *BNDES*. Podemos encontrar tais narrativas contextuais expostas em linhas do tempo (Figuras 5 e 6), ações comemorativas (Figuras 7, 8, 9, 10) e livros (Figuras 12, 13 e 14). Esses materiais procuram estabelecer inter-relações entre momentos importantes da organização com a expressividade de fatos históricos. De acordo com o referencial teórico desta pesquisa, os sentidos gerados não estão definidos *a priori*, são construídos na interação do sujeito com a narrativa. No entanto, nos exemplos anteriormente utilizados e comentados, é possível identificarmos que o enfoque está centrado em determinadas intencionalidades, buscando promover a ideia de autenticidade e legitimidade frente aos diferentes públicos. A seguir, vale acrescentar um novo exemplo a ser comentado. As figuras 15 e 16 apresentam duas páginas do livro *BNDES: 50 anos de desenvolvimento*, lançado em 2002, entre as comemorações de seu cinquentenário.

Figura 15 – Linha do tempo BNDES, década de 50 do século XX



Fonte: BNDES: 50 anos de desenvolvimento (p. 21, 2002).

Figura 16 – Linha do tempo BNDES, década de 90 do século XX



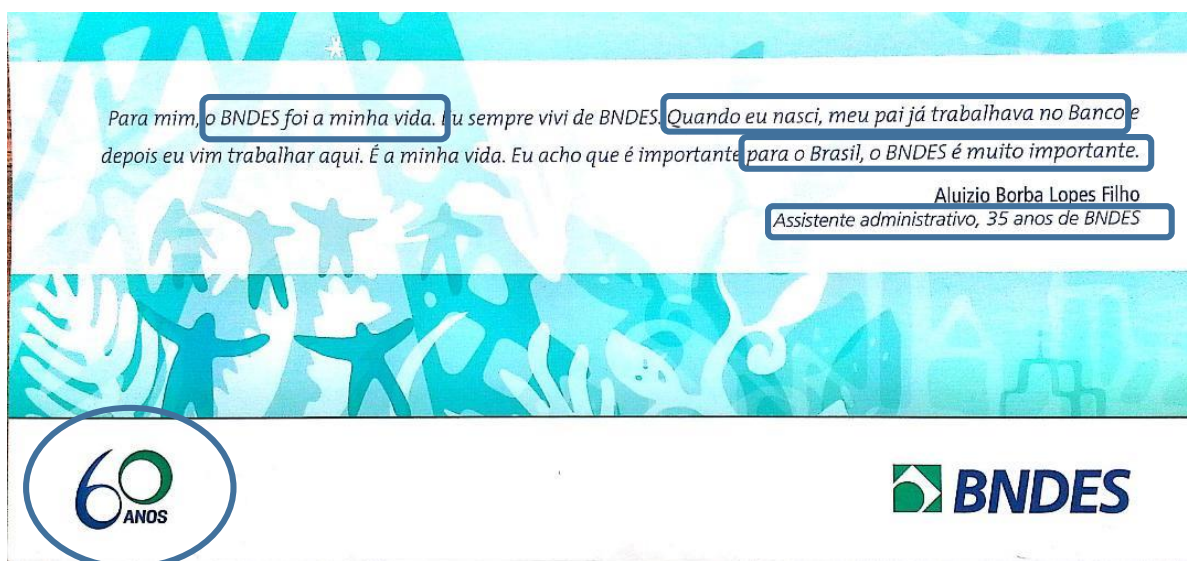
Fonte: BNDES: 50 anos de desenvolvimento (p. 143, 2002).

A trajetória do Banco é apresentada por décadas, estabelecendo relações com fatos da história nacional e internacional, abarcando, na figura 15, diferentes contextos dos anos 50 do século XX: político, lançamento do Plano de Metas do governo JK; esportivo, título da seleção brasileira na Copa do Mundo, na Suécia; cultural, lançamento de disco que apresenta um estilo musical de representatividade na música

popular brasileira. Assim como, na figura 16, referente a década de 90 do século XX, destaca: questões tecnológicas, o início da operação do sistema de telefonia móvel no país; históricas, comemoração dos 500 anos do descobrimento do Brasil, associando, por fim, a todas essas datações relevantes, a comemoração dos 50 anos do BNDES. A organização, em busca de meios de legitimação, recorre ao recurso temporal, fundamentado no passado, para apresentar uma atuação histórica, independente da sua funcionalidade. O aspecto histórico, assim, possibilita à narrativa organizacional outras representações.

Ainda sobre a *narrativa representacional*, baseada na *memória explícita*, destacamos as memórias individuais, expressas pela oralidade, reunidas através de entrevistas e depoimentos, principalmente, de funcionários, como as ações promovidas pela *Minha Votorantim* (Figuras 7, 8, 9, 10) e o *Livro online BNDES: um banco de história e de futuro* (Figuras 12, 13, 14). Esse material coletado passa por um processo de seleção/edição para ser utilizado, posteriormente, em diferentes materiais institucionais. A publicização de trechos de memórias pessoais, em relação à experiência individual com a organização, busca destacar sentidos singulares atribuídos, dando enfoque as subjetividades afetivas. Consideramos, ainda, outro exemplo para elucidar o que configuramos como *narrativa representacional*, baseada na *memória explícita*. A figura 17 ilustra uma ação comemorativa ao sexagenário do BNDES, um calendário de 2012.

Figura 17 – Depoimento de funcionário do BNDES.



Fonte: Calendário BNDES 60 anos (2012).

Os trechos em destaque, na figura 17, apresentam que a narrativa da organização se vale do testemunho de um funcionário, com longo tempo de atuação na empresa, 35 anos, para legitimar a importância do BNDES na história do Brasil. É possível evidenciamos que a memória, baseada na experiência individual, confere à narrativa organizacional uma abordagem afetiva, ao ser associada à família, a histórias pessoais. Tal proposta assemelha-se da ação *Minha Votorantim* (Figura 10), na medida em que, também, recorre ao testemunho de um funcionário, com mais de trinta anos de trabalho na empresa, associando, em sua fala, a trajetória da organização à sua história pessoal. Nessa perspectiva, podemos relacionar, também, com o exemplo comentado sobre a empresa *Samarco*, que apela aos mesmos recursos, ao desenvolver a prática do *storytelling*.

Nos exemplos sobrepostos, a dimensão memorialística fica evidente, tanto por sua associação com a História, a partir da exposição de fatos locais e mundiais, como pelas subjetividades expressas pelos funcionários, em relação às suas experiências com a organização. No entanto é interessante pensarmos que tais expressões estão concentradas, ou são enfatizadas, em ocasiões específicas, conduzidas sob uma aura comemorativa⁷⁶.

Sob essa perspectiva, a memória organizacional, como potência da gestão, é produzida com intenção de ser divulgada e compartilhada, almejando afetar o Outro⁷⁷. O momento da expressão, da memória (re)configurada, da lembrança verbalizada, ou melhor, narrativizada⁷⁸, pode ser ocasião de comunicação. Afinal, as organizações são, como já destacado, ambiências de (inter)relações, “[...] são espaço e lugar de vivências/sobrevivências/e/ou experiências” (SCROFERNEKER; AMORIM, 2016, p. 263).

As organizações são (re)constituídas e movidas por diferentes subjetividades. As atividades e estruturas propostas são passíveis de (re)conduções, movidas por singularidades calcadas nas experiências do “fazer” organizacional, ou melhor, no perceber e viver a organização. Portanto, a comunicação pode *Acontecer* a qualquer momento, embora sua ocorrência não seja corriqueira.

⁷⁶ “Do lat. *commemoratio* –onis // **comemorar** vb. ‘fazer recordar, lembrar’ ‘solenizar, recordando’”. (CUNHA, 2010, p. 164).

⁷⁷ No sentido de afecção, de afetação do corpo, “[...] que faz variar positiva ou negativamente a potência de agir” (GLEIZER, 2005, p. 35).

⁷⁸ No sentido de colocar em intriga, conforme o pensamento de Ricoeur (1994), a partir da *Poética*, de Aristóteles (384 a.C – 322 a.C), o momento em que o sujeito configura a narrativa, dando-lhe inteligibilidade.

[...] É o roçar, o raspar, o esfolar, a troca de energias, de calores, de *élans*, não há como perceber. O atrito provoca faísca, e esta detém um potencial explosivo. Ou melhor, *disruptivo*. Diante da faísca provocada pelo atrito, eu posso me defender, me esquivar [...] daquilo que pretende me provocar, frente àquilo que potencialmente poderá abalar minha estabilidade. Estarei vivenciando como *informação*. Ou, contrariamente, posso parar e ver o que está acontecendo, entrar em contato com a faísca, sentir sua carga e seu potencial inflamatório, combinar esse afrontamento com minhas articulações internas e, a partir disso, revê-las, reformulá-las, alterá-las. Estarei praticando a *comunicação* (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 96, grifos do autor).

Consideramos, portanto, que a memória se encontra nesse processo de contato, conexão e contágio. Ao sermos afetados por um momento de escuta, de fala, de experiência/vivência compartilhada, de relação, movimentamos e (re)configuramos memórias e percepções⁷⁹, permitindo, ou não, a comunicação.

O contato dos corpos provoca o acontecimento incorpóreo, a sensação, o êxtase, a respiração presa. Esse encontro físico faz surgir o *entre-ser*, aquilo que anima de vida os seres, que introduz neles o *elán* da ligação, da fusão no território das sensações, das impressões, das emoções, do choque (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 96, grifos do autor).

A reposição da comunicação no espaço *entre*, nos remete novamente as palavras-princípio EU-TU. Sob essa perspectiva, não há EU em si, mas apenas o EU da palavra princípio EU-TU. Nesse caso, o sujeito não é substância, ele se faz em relação, o TU inato é fundamento ontológico da sua existência.

A relação com o TU é imediata. Entre o EU e o TU não se interpõem nenhum jogo de conceitos, nenhum esquema, nenhuma fantasia; e a **própria memória se transforma no momento em que passa dos detalhes à totalidade**. Entre EU e o TU não há fim algum, nenhuma avidez ou antecipação; e a própria aspiração se transforma no momento em que passa do sonho à realidade. Todo meio é obstáculo. Somente na medida em que todos os meios são abolidos, acontece o encontro (BUBER, 2001, p. 13, grifos nossos).

O pensamento do autor está voltado às relações inter-humanas. Nesse sentido, a existência se dá em relação, porém pode configurar-se sob outro aspecto, representado por outro par, EU-ISSO. Nesse caso, as relações são objetificadas,

⁷⁹ As reflexões sobre essas relações serão desenvolvidas na próxima Seção.

planejadas, pressupõe certo afastamento. “O mundo do Isso, ordenado e coerente, é indispensável para a existência humana; ele é um dos lugares onde nós podemos nos entender” (VON ZUBEN, 2001, p. LIII). No entanto não *Acontece* a comunicação, conforme o pensamento de Marcondes Filho (2010b), haja vista que o “homem transformado em EU que pronuncia o ‘EU-ISSO’ coloca-se diante das coisas em vez de confrontar-se com elas no fluxo da ação recíproca” (BUBER, 2001, p. 33, grifo do autor).

Essas reflexões auxiliam a indicar que as *narrativas representacionais*, baseadas em *memórias explícitas*, embora se valham das dimensões afetivas da memória, não as incorporam como parte constitutiva e indeterminada da narrativa. Suas prerrogativas programáticas, orientadas, tão somente pelos níveis da racionalização objetiva, quantitativa e imediatista, expressam um posicionamento fechado da organização. Nesse sentido, um momento que poderia ser de escuta, de trocas, de expressão de singularidades, é cerceado pela postura pragmática da organização em formatar produtos a partir das memórias dos sujeitos. No entanto essa condução é “travestida” de subjetividades e emoções, pois são apresentadas pelas diferentes vozes que constituem a organização, dando ênfase à imagem de uma construção plural e humanizada. Consideramos que essa mesma orientação é direcionada à produção das *narrativas representacionais*, baseadas em *memórias implícitas*, mas essas não são apresentadas como memórias, embora sejam direcionadas para evocá-las.

4.2.2 Narrativa Representacional – Memória Implícita

Conforme já ressaltado, a memória possui capacidades de afetação, podendo conduzir ao uso racionalista das suas dimensões afetivas. Conforme Pollak (1992), a memória é constituída pelos elementos vividos pessoalmente e, também, pelos acontecimentos *vividos por tabela*, de acordo com a denominação do autor.

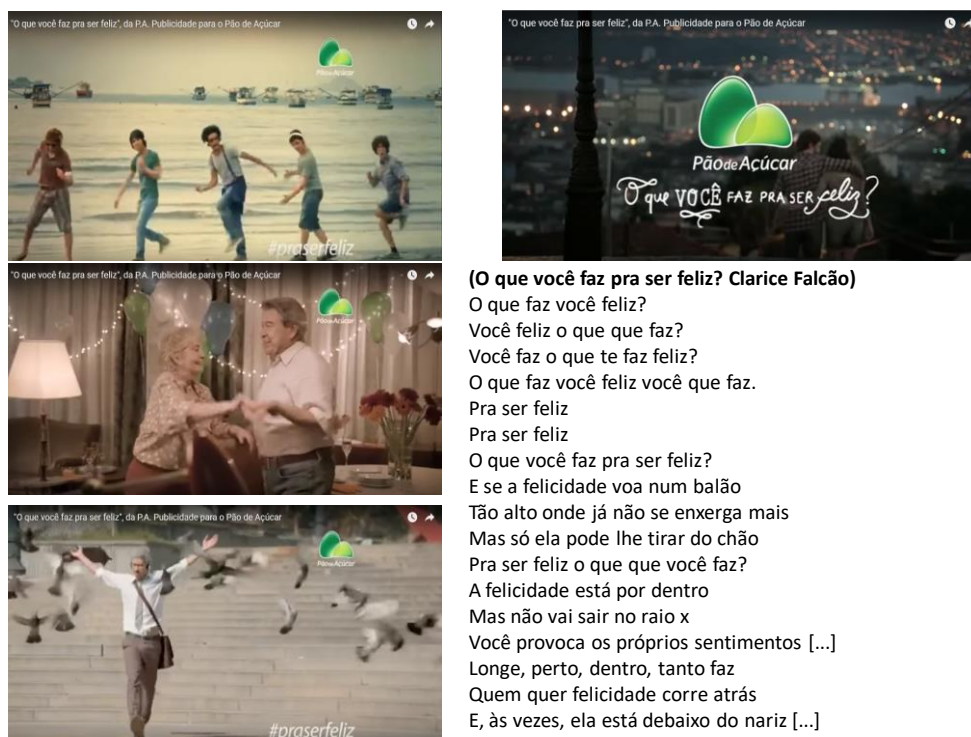
[...] ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou mas que, no **imaginário**, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não. Se formos mais longe, a esses acontecimentos vividos por tabela vêm se juntar todos os eventos que

não se situam dentro do espaço-tempo de uma pessoa ou de um grupo (POLLAK, 1992, p. 201, grifo nosso).

A partir dessa compreensão, propomos a noção de *memória implícita*, como um determinado conjunto de imagens, que (re)constituem a memória social, articulado numa configuração narrativa. Diferentemente da *memória explícita*, nesse caso, não há necessidade de demarcações de temporalidade, apenas a reunião e articulação de situações que vão compondo a realidade social, nos permitindo estabelecer relações, identificações e projeções com o nosso imaginário. Portanto, não se trata somente de uma memória baseada em experiências e vivências comuns, mas de (re)construções que nos conduzem a evocar determinadas memórias, vividas pessoalmente ou, então, conforme propõe Pollak (1992), *vividas por tabela*. Essas *narrativas representacionais* configuram-se como catalisadoras de possíveis identificações. Elas movimentam memórias individuais, evocadas por situações que se fazem presente na vida do sujeito, pelo imaginário⁸⁰. Para exemplificar, apresentamos, a seguir, uma campanha publicitária.

⁸⁰ Destacamos este conceito a partir do pensamento de Pollak (1992), apresentado na citação sobreposta. Ele pode ser aproximado da perspectiva de Silva (2006, p. 11-12): “O imaginário é um reservatório/motor. Reservatório, agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras de vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de sentir e de aspirar ao estar no mundo. O imaginário é uma distorção involuntária do vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal. [...] o imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real como elemento propulsor [...] Motor, o imaginário é um sonho que realiza a realidade, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos. Funciona como catalisador, estimulador e estruturador dos limites e das práticas”.

Figura 18 – Campanha publicitária do Grupo Pão de Açúcar



(O que você faz pra ser feliz? Clarice Falcão)

O que faz você feliz?
 Você feliz o que que faz?
 Você faz o que te faz feliz?
 O que faz você feliz você que faz.
 Pra ser feliz
 Pra ser feliz
 O que você faz pra ser feliz?
 E se a felicidade voa num balão
 Tão alto onde já não se enxerga mais
 Mas só ela pode lhe tirar do chão
 Pra ser feliz o que que você faz?
 A felicidade está por dentro
 Mas não vai sair no raio x
 Você provoca os próprios sentimentos [...]
 Longe, perto, dentro, tanto faz
 Quem quer felicidade corre atrás
 E, às vezes, ela está debaixo do nariz [...]

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=yBe-00Zb1Xk>.

A figura 18 representa uma campanha publicitária do Grupo Pão de Açúcar, com a participação da cantora e atriz Clarice Falcão. A partir da música *O que você faz pra ser feliz?*, a narrativa é construída no intuito de despertar o protagonismo no sujeito, a busca pelo bem estar e o saudável, porque, afinal, “quem quer felicidade corre atrás”. A trilha sonora reforça a construção de cenas prosaicas, representativas da felicidade, baseadas na simplicidade do cotidiano, como aproveitar a praia com os amigos, intercaladas com cenas de estúdio da cantora e sua banda.

A narrativa apresentada não remonta, necessariamente, momentos já vivenciados pelos seus públicos, mas situações que representam alegria, descontração, beleza e fluidez. Atua, assim, sobre a (re)criação de lembranças, a partir das sensações e expectativas despertadas nos sujeitos. De acordo com Lipovetsky e Serroy (2015), há um novo espírito publicitário, no qual “[...] propagandas evocativas ou emocionais criam uma ambiência, uma cumplicidade, uma identificação”, dessa forma, “[...] o produto conta uma história, suscita emoções, reaviva as cores da memória” (LIPOVETSKY; SERROY p. 222-246).

A campanha publicitária não faz referência explícita à memória em nenhum momento do vídeo, tampouco é considerada pela organização como ação de

memória, como seria o caso das atividades associadas à *memória explícita* (vinculadas às datas, fatos históricos e/ou calcadas na experiências/vivências pessoais). A narrativa atua sobre a evocação de memórias indiretas, promovendo afetações a partir do acionamento dos acontecimentos *vividos por tabela* (POLLAK, 1992). Essa consciência comum, que perfaz a memória social, envolve o compartilhamento de percepções, representações, sensações, lembranças e projeções coletivas, fortalecendo a compreensão sobre as potencialidades da memória, enquanto um discurso narrativizado.

A partir dessas reflexões, é possível estabelecermos aproximações com questões apontadas por Muniz Sodré, na obra *As estratégias sensíveis* (2006). Na obra, o autor chama a atenção para a importância de estarmos atentos às estratégias racionais não espontâneas, que visam instrumentalizar o sensível, manipulando os afetos. Conforme o autor, tratam-se de

[...] estratégias semelhantes ao manejo industrialista das sensações e emoções hoje realizado pelas mídias de espetáculo ou pela cultura de massa em geral. [...] a emoção fácil é o produto que se adulam os públicos, levando-os a risos e lágrimas fáceis. A emoção está aí a serviço da produção de um novo tipo de identidade coletiva e de controle social (SODRÉ, 2006, p. 51).

Diante desse pensamento, reiteramos que a memória organizacional vem se configurando como produtora e articuladora de *narrativas representacionais*. Narrativas desenvolvidas com a intenção de provocar sentidos/emoções, de envolver diferentes sujeitos, sob uma rede de distintas intencionalidades, almejando despertar uma relação empática com os públicos. Pressupõe articulação de diferentes extratos, apreendendo informações, relatos, registros históricos e fragmentos de memórias para a configuração da narrativa. A memória como recurso para o desenvolvimento de narrativas organizacionais pode ser compreendida como uma operação cognitiva e pragmática, na operacionalização dos afetos. Apresentamos a nossa compreensão sobre a *práxis* da memória organizacional no diagrama a seguir (Figura 19).

Figura 19: Diagrama da *paisagem* dimensionada da Memória Organizacional
– *Comunicação Funcional*



Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme o exposto, compreendemos que a memória organizacional é desenvolvida como uma esfera (re)construtora de *narrativas representacionais*, baseadas em *memórias explícitas e implícitas*, sob uma abordagem *estetizada*⁸¹ da comunicação. Evidenciamos, portanto, uma configuração baseada na *comunicação funcional* (SODRÉ, 2014a), na qual se estabelece a interface memória e informação.

A memória organizacional, associada à comunicação no contexto das organizações, se estrutura como (re)produtora de ações que visam gerar determinadas percepções, sensibilidades, emoções, identificações e expectativas. Trata-se de operações estetizantes que vão sendo conformadas sobre uma trama de memórias, imaginários e representações sociais, em busca de legitimidade.

É possível contextualizarmos essas configurações com a “era hipermoderna do capitalismo, que é a do mundo de umas três décadas para cá” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 38). Os autores sinalizam um novo estado da economia mercantil,

⁸¹ No sentido de “[...] induzir ou atuar sobre o mundo e os sujeitos de modo a conduzi-los a uma certa performance ética e política na vida coletiva” (PEREIRA, 2014, p. 153).

que vão denominar como *capitalismo artista* ou *capitalismo criativo, transestético*. Sob esse contexto, identificam, então, um processo de estetização do mundo. Assim:

O capitalismo artista não é designado como tal em razão da qualidade estética das suas realizações, mas dos processos e das estratégias que emprega de maneira estrutural visando à conquista dos mercados. [...] o reinado da artealização mercantil e da fábrica industrial das emoções sensíveis. [...] Apostando em novas fontes de criação de valor, as empresas contemporâneas, notadamente através de estratégias focalizadas nos gostos estético-afetivos [...] (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 41-42).

Esse pensamento permite compreendermos como a relação memória/comunicação vem se (re)constituindo nas organizações empresariais. Retomando a noção de *vontade de memória* (NORA, 1993), a memória organizacional vem atuando na capitalização de memórias para a formatação de produtos, talvez, como uma tentativa de dar “[...] ênfase aos bens capazes de tocar a sensibilidade estética dos consumidores [...]”. O capitalismo artista forjou uma economia emocional da sedução” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 49).

Sob tais perspectivas, consideramos que a possível *emergência da memória* (HUYSEN, 2000), no contexto das organizações, representa uma *vontade de memória* (NORA, 1993), que suscetível aos *usos e abusos* (RICOEUR, 2007), são editadas e configuradas em, pretensos, *lugares de memória*. Nesse sentido, (re)dimensionamos a memória organizacional como produtora de *narrativas representacionais*, baseadas em *memória explícitas e implícitas*, sendo a memória uma dimensão de *estetização* da abordagem comunicacional, pensada e tratada, muitas vezes, como um canal de transmissão, visando as intencionalidades da organização. No entanto ressalvamos que a memória organizacional, além de facilitadora da gestão, na operacionalização e disponibilização de informações e conhecimento, pode se constituir em *lugares de memória*⁸², na perspectiva que propõe Nora (1993), ao se abrirem às criticidades, ao *diálogo dialógico* (FLORCZAK, 2016), em detrimento da representação de uma história totêmica.

⁸² É interessante observarmos as (re)apropriações que são realizadas. Ricoeur (2007), chama atenção para uma nota produzida por Pierre Nora, seis anos depois do lançamento do artigo *Lieux de mémoire*. “Estranho destino o desses *Lugares de memória*: pretenderam ser, por seus procedimentos, métodos e pelo próprio título, uma história do tipo contracomemorativo, mas a comemoração os agarrou” (NORA, 1992, p. 977, citado por RICOEUR, 2007, p. 419, grifo do autor).

Entendemos que o conceito de memória organizacional possa assumir outras potencialidades latentes, e seja (re)pensado, apreendido e problematizado sob dimensões políticas, éticas e estéticas⁸³. Afinal, a memória organizacional, associada à comunicação, enquanto promotora de produtos, ou melhor, de narrativas, necessita considerar que “[...] as inter-relações entre comunicação, estética e política devem privilegiar o questionamento da distribuição de ordens do visível, do audível e do comunicável [...]” (MARQUES, 2011, p. 14). Diante do exposto, muito além da abordagem estetizante das *narrativas representacionais*, baseadas em *memórias explícitas e implícitas*, para transmissão e divulgação, com propósito de legitimação, a comunicação, nas organizações, necessita ponderar que:

Entre a estética e a política, a comunicação assume o papel de colocar em evidência a experiência cotidiana dos sujeitos, que emerge no contato situado com o outro, no desvelamento e na construção de identidades que tomam forma através da narrativa, da argumentação racional, da expressividade emotiva e do conhecimento conflituoso da alteridade. A comunicação, enquanto processo relacional e prática reflexiva, é a chave que permite uma reconfiguração do “comum” entre os sujeitos (dimensão estética) [...] (MARQUES, 2011, p. 13, grifo da autora).

Conforme expõe a autora, não se trata de valer-se de dimensões afetivas, propiciadas por lembranças pessoais, como recursos às práticas objetivas por eficiência e qualidade da gestão. Mas de incorporar tais sensibilidades, compreendendo que elas integram o cotidiano, perfazem o “comum” organizacional. Portanto, fazem parte do *Acontecer*, ou não, da comunicação, diferente do sentido instrumental, que aborda a memória como um recurso para facilitar a comunicação, desconsiderando as subjetividades e as indeterminações que emergem das memórias dos sujeitos.

Diante do exposto, somos levados ao terceiro questionamento que impulsiona esta pesquisa: Como podemos (re)dimensionar a interface memória e comunicação para além de uma abordagem instrumental? Ou seja, abordar a memória na dimensão estética da comunicação, ao invés de tentarmos operacionalizarmos ela em propostas este.

⁸³ Indicamos como possibilidades a serem desenvolvidas em futuros trabalhos, haja vista que os objetivos desta pesquisa conferem outros direcionamentos.

4.3 Do contexto à ontologia: rumo a uma nova *paisagem*

A *paisagem* que vislumbramos, até este momento da caminhada, configurada pela “geografia” da comunicação, nas organizações, mais especificamente da memória organizacional, apresentou-se como uma possível interface entre memória e informação, conforme as “coordenadas” teóricas que orientam o nosso caminhar. Nela, (re)conhecemos que a memória prevalece como *estetização* da abordagem comunicacional, reiterando investidas instrumentais, sustentadas pelo paradigma informacional.

Entretanto esta *paisagem* distancia-se dos movimentos que constituem as *contra tendências* paradigmáticas nos estudos de Comunicação (SCROFERNEKER, 2012), no contexto das organizações, no Brasil. Sob nossa perspectiva, dessa relação dissonante emerge um paradoxo, que acabamos assumindo como mais um motivador desta jornada. Considerando que as reflexões contemporâneas da Área ressaltam, e debatem sobre, a importância de compreendermos a Comunicação sob vertentes distintas do paradigma informacional, seguimos nosso périplo sobre nova *paisagem*, almejando contribuir com o desenvolvimento de pressupostos teóricos para (re)pensarmos a comunicação. Acreditamos que tal investida possa corroborar a formação de um outro (re)conhecimento sobre a interface memória e comunicação no contexto das organizações.

Os próximos passos, então, serão dados sobre a *paisagem* ontológica da comunicação. Soma-se às motivações desta investida, a concepção que comunicação, antes de ser um meio que traçamos para atingir certos objetivos, carece ser compreendida enquanto fenômeno em si. Essa afirmação pode ser fundamentada pelo pensamento de Muniz Sodré, ao explicar que:

[...] a pergunta sobre *o que é* não pode ser relegada ao plano dos resquícios conceitualistas da metafísica grega, pois é o necessário ponto de partida para uma orientação existencial frente à hipertrofia de poder da dita comunicação/informação, assim como para uma linha eventual de ação ético-política, no interior do ordenamento democrático. Não é secundária, portanto, a pergunta sobre o que significa realmente comunicação [...] (SODRÉ, 2014a, p. 13-14, grifo do autor).

Ao relacionarmos as reflexões de Sodré (2014a) com as inquietações desta pesquisa, problematizamos: Como podemos refletir sobre a interface memória e

comunicação, sem ficarmos restritos aos usos e as perspectivas transmissivas? Ou seja, como apresenta a nossa terceira inquietação de pesquisa, para além de uma abordagem instrumental. O caminho que optamos, portanto, é um afastamento de qualquer abordagem contextual, para (re)pensar “*o que é*” (SODRÉ, 2014a), ou melhor, *o que pode ser a comunicação*, ao considerarmos a memória como dimensão desse *vir a ser*, ou não, a comunicação. Assim, assumimos o lugar teórico como nossa nova *paisagem* de pesquisa. Entretanto é importante ressaltarmos que esta é uma investida entre outras possíveis.

Estudar a comunicação para além das suas materialidades pressupõe traçar uma via alternativa à pragmática. Conforme Sodré (2014a), o campo da Comunicação carece de fortalecimento conceitual, pois somente conhecer os usos sociotécnicos que são estabelecidos sobre informação/comunicação na sociedade contemporânea é “[...] um entendimento aceitável pelo senso comum dos públicos imersos no que se tem chamado de ‘cultura das mídias’ [...]” (SODRÉ, 2014a, p. 12, grifo do autor). Sob essa perspectiva, o autor destaca a presença da expressão *comunicação funcional* nas pesquisas acadêmicas hodiernas, associadas ao persistente paradigma do positivismo funcionalista da escola sociológica norte-americana. O impulso que nos conduz à segunda *paisagem* desta pesquisa é a crença de que a memória pode ser mais do que um insumo a facilitar o aspecto de *funcionalidade* na comunicação; e que essa consciência possa contribuir para outros (re)pensares, bem como novas abordagens, em relação à comunicação no contexto das organizações.

Entendemos que a memória possa ser assumida, também, como um conceito comunicacional e, dessa forma, trabalhada sob essa perspectiva. Para tanto, partimos das concepções propostas pela *Nova Teoria da Comunicação* (MARCONDES FILHO, 2013a; 2010a; 2010b; 2008; 2004), buscando desenvolver uma possibilidade de interface entre memória e comunicação, por meio de uma (re)tecitura com a filosofia bergsoniana.

Os caminhos são múltiplos, assim, precisamos escolher, pois “[...] escolhemos incessantemente e incessantemente também abandonamos muitas coisas” (BERGSON, 2005a, p. 109). Mas as escolhas não necessitam ser definitivas, ao contrário, elas acompanham o movimento da vida, podendo ser retomadas, alteradas, intercambiadas. Elas são definidas e/ou transformadas de acordo com cada contexto, melhor dizendo, na relação que se estabelece, em determinada ocasião, entre Eu e o Outro.

5. **ESTAR A CAMINHO – MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO NA PAISAGEM EPISTEMOLÓGICA PELA ONTOLOGIA DA COMUNICAÇÃO**

Ninguém caminha sem aprender a caminhar, sem aprender a fazer o caminho caminhando, refazendo e retocando o sonho pelo qual se pôs a caminhar (FREIRE; HORTON, 2003).

As reflexões críticas desenvolvidas, nas três Seções anteriores, reorientaram os rumos desta pesquisa, nos conduzindo a seguir buscando outras paisagens que nos possibilitem alcançar a nossa *paisagem* ontológica. A partir deste momento, portanto, empenhamos esforços em busca do terceiro objetivo traçado para este périplo: (Re)Dimensionar a memória na Comunicação para além de uma abordagem instrumental.

Para tanto, estabelecemos uma (re)tecitura entre a *Nova Teoria da Comunicação* (MARCONDES FILHO, 2013a; 2010a; 2010b; 2008; 2004) e a filosofia de Henri Bergson (BERGSON, 2006; 2005a; 2005b; 1999; 1988). Considerando o nosso objetivo de (re)dimensionar a memória na Comunicação, optamos pela abordagem filosófica bergsoniana, haja vista que a memória é uma das noções centrais de seu pensamento sobre o desenvolvimento da vida. Além disso, seus princípios orientam os fundamentos conceituais da *Nova Teoria da Comunicação*.

Em consonância com abordagens já traçadas, desenvolvemos nova pesquisa entre as produções acadêmicas da Área. Nesta *paisagem*, a intenção é perceber como a memória vem sendo, ou não, incorporada, como pressuposto central das reflexões ontológicas e/ou epistemológicas do Campo. A exemplo do “mapeamento” precedente, concentramos esta investigação sobre os trabalhos publicados nos Anais da *INTERCOM* e *COMPÓS*, nos últimos onze anos (2017-2007). Entretanto a atenção, desta vez, é direcionada ao Grupo de Pesquisas *Teorias da Comunicação* e ao Grupo de Trabalho *Epistemologia da Comunicação*, respectivamente. Para o levantamento das informações, seguimos as mesmas premissas adotadas anteriormente. O material produzido é apresentado em forma de quadros, reunidos nos apêndices 3 e 4.

Mapeamos um total de 364 trabalhos, sendo 255 referentes aos Anais do GP *Teorias da Comunicação*, da *INTERCOM* e 109 dos Anais do GT *Epistemologia da Comunicação*, da *COMPÓS*. Entre todos os textos, apenas sete artigos apresentam a palavra memória entre o título, resumo e/ou palavra-chave.

Na pesquisa realizada sobre o GP *Teorias da Comunicação*, da INTERCOM, encontramos seis trabalhos que exibem a memória entre uma dessas categorias. Entretanto nenhum deles aborda a memória para (re)pensar o sentido da comunicação e sua efetuação, ou não. A memória é trazida à discussão para a reflexão de diferentes temas: ditadura, discurso político, jornalismo, identidade do sujeito jornalista e as “marcas” deixadas por determinado autor na Comunicação. Sob nossa perspectiva, a ausência dessa abordagem revela um espaço aberto a proposições. A seguir apresentamos um quadro síntese dos trabalhos que apresentam a palavra memória (Quadro 4).

Quadro 4 – Trabalhos publicados nos Anais do GP *Teorias da Comunicação* (INTERCOM) que apresentam a palavra memória (2017 – 2007)

Título	Palavras-chave	Abordagem	Autor(a)	Ano
A produção de sentido do sujeito jornalista no processo comunicativo: codificação e decodificação na dialética da consciência histórica	Análise cultural; jornalismo; identidade; memória; estudos culturais.	Analisa a construção reflexiva de jornalistas sobre a produção do jornalismo como significado histórico. A análise teórica se faz a partir da experiência vivida dos sujeitos entrevistados e na reelaboração, pela memória, do que se conceitua como codificação e decodificação de si mesmo	Gerson de Sousa	2017
Jornalismo, bases de dados e memória em tempos de convergência: o Dever de informar X o Direito de ser esquecido	Jornalismo; Convergência; Memória; Direito ao esquecimento.	Com base no Direito ao Esquecimento, o artigo aborda o tensionamento entre o direito individual à privacidade e o direito de informação e imprensa, em tempos de convergência midiática.	Edson Fernando Dalmonte Wanise Cabral Silva	2015
A produção de sentido no processo comunicativo: a construção da entrevista como conflito na memória e identidade do sujeito jornalista	Entrevista; Memória; Identidade; Jornalismo; Comunicação.	O artigo analisa a produção de sentido e o significado do conceito de entrevista, mais do que um diálogo possível é uma construção crítica possibilitada no tempo de concessão de vida entre dois sujeitos.	Gerson de Sousa	2015

Flusser na Intercom trinta anos depois: memórias “achadas no sótão”	Vilém Flusser; teoria da comunicação; semiótica; pensamento da comunicação, memória.	O artigo busca recuperar a memória das marcas que a obra de Vilém Flusser, deixaram na percepção da autora sobre a comunicação. Registrar a evidencia simbólica do diálogo estabelecido entre sua obra e o repertório sobre linguagem e comunicação.	Graciela Inés Presas Areu	2014
Comunicação e identidade: o discurso de guerra de Winston Churchill	Comunicação; Churchill; discurso; sujeito britânico, vitória	Reflete sobre a constituição da identidade do sujeito britânico a partir de sua memória histórica, através do discurso de guerra e vitória de Winston Churchill.	Elaine Nogueira Dias	2014
Comunicação, Censura e Teatro: Memórias e Imaginário de uma Encenação – AI5, O Rei da Vela e o Oficina (1967-1982)	Liberdade de expressão; Censura; Comunicação; Teatro; Brasil.	Apresenta resultados da pesquisa sobre a encenação de uma peça de teatro – O Rei da Vela. Utiliza memórias envolvidas no contexto de sua produção, isto é, os anos de 1967 a 1978, principalmente como 1968 foi construído como marco no imaginário sobre o AI-5 e a censura no país.	Lis de Freitas Coutinho	2010

Fonte: Elaborado pela autora, a partir das informações apresentadas nos artigos.

Embora os trabalhos apresentados não abordem a memória como um dos conceitos centrais para (re)pensar a Comunicação, observamos que o artigo intitulado *A produção de sentido no processo comunicativo: a construção da entrevista como conflito na memória e identidade do sujeito jornalista* conceitua o processo comunicativo como alteração de sentido. No entanto seu propósito está concentrado sobre a construção de identidade do jornalista, com enfoque sobre a relação dialógica que se estabelece na entrevista, abordada como momento em que os sujeitos passam a produzir sentidos e, para tanto, discorre sobre o conceito de memória promovendo articulações entre diferentes perspectivas.

Em relação aos Anais do GT *Epistemologia da Comunicação*, da COMPÓS, a palavra memória é apresentada somente em um trabalho. O artigo está publicado nos Anais de 2014, com o título: *Economia, abundância e diversidade: a pertinência da avaliação qualitativa nos processos comunicacionais*. A palavra memória é apresentada uma vez no resumo, incorporada na discussão da ocorrência, ou não, da comunicação (Quadro 5).

Quadro 5 – Trabalhos publicados nos Anais do GT *Epistemologia da Comunicação* (COMPÓS) que apresentam a palavra memória (2017 – 2007)

Título	Palavras-chave	Abordagem	Autor(a)	Ano
Economia, abundância e diversidade: a pertinência da avaliação qualitativa nos processos comunicacionais	Epistemologia; Tradução semiótica; Diversidade.	O artigo propõe equacionar a dicotomia entre o modelo sistêmico e a teoria crítica, conduzindo uma análise crítica do mecanismo semiótico da comunicação e da cultura, onde se sustenta a hipótese que a diversidade possa se constituir no critério de avaliação qualitativa de modelos sistêmicos a partir da tensão dialética entre o programa econômico da memória e a função tradutória da fronteira.	Paulo Roberto Masella Lopes	2014

Fonte: Elaborado pela autora, a partir das informações apresentadas nos artigos.

Lopes (2014) busca equacionar a dicotomia existente entre os modelos matemáticos e sistêmicos, que tendem a avaliar o processo comunicacional qualitativamente e a visão proposta pela teoria crítica, que sobrevaloriza aspectos ideológicos. O artigo se propõe a uma análise crítica do mecanismo semiótico da comunicação e da cultura, tendo por base as contribuições de Lúri Lotman, que aborda a memória como um dos conceitos basilares dos modelos sistêmicos de comunicação.

Todavia tenhamos identificado apenas um trabalho, entre os Anais do GP *Epistemologia da Comunicação*, considerando os critérios estabelecidos *a priori*, desejamos destacar outros dois textos. Primeiramente, o artigo de 2014, *Trilhas da Investigação Epistemológica: o GT Epistemologia da Comunicação* da COMPÓS, de autoria do pesquisador Luis Mauro Sá Martino. No texto, o autor identifica as principais

tendências de investigação do GT *Epistemologia da Comunicação*, da COMPÓS, entre 2001 e 2013, totalizando 126 artigos observados, com enfoque sobre os temas e as referências adotadas. Tal pesquisa, que abarca um período não contemplado em nossa investigação, também, não identifica a memória como uma das temáticas empregadas para se (re)pensar a Comunicação. A pesquisa realizada, entre os Anais de duas grandes instituições do campo da Comunicação no Brasil, legitima a relevância desta abordagem, demonstrando que há um caminho pouco explorado na Área, em relação à memória.

O outro artigo que desejamos ressaltar é de autoria do Prof. Ciro Marcondes Filho, apresentado em 2012, denominado *A Comunicação no sentido estrito e o Metáporo*. O pesquisador não apresenta a palavra memória no título, resumo e/ou palavras-chave, mas a aborda ao longo do texto, mais especificamente, na discussão sobre “o momento da comunicação”. No artigo, o autor, valendo-se do pensamento de Henri Bergson, entre outros filósofos, apresenta a seguinte proposição: “Nossa tese é a de que *a comunicação é uma afetação que desestabiliza a função cerebral de acoplamento a uma memória anterior, que seria tranquilizante. Ela cria memória*” (MARCONDES FILHO, 2012, p. 11, grifo do autor). É sob essa perspectiva que partimos para (re)tecer a memória na comunicação, estabelecendo o diálogo com a filosofia bergsoniana. O pensamento de Marcondes Filho, sobre a comunicação, vem sendo apresentado ao longo deste trabalho, na medida em que assumimos a *Nova Teoria da Comunicação* como referencial teórico. Assim, para dar seguimento às nossas reflexões, descrevemos mais detalhadamente os fundamentos da *NTC*.

5.1 A Nova Teoria da Comunicação

A *Nova Teoria da Comunicação* se concentra sobre o fenômeno comunicacional, em sua essência ontológica, “[...] estudar como a mente das pessoas reage diante de múltiplos estímulos, provocações, sinais [...]. O que fazemos com elas, como reagimos, o que elas fazem conosco” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 10). Essa teoria é apresentada em diferentes publicações, tendo como conjunto principal a trilogia da *Nova Teoria da Comunicação*, constituída por sete tomos. A obra é disponibilizada como resultado de vinte e três seminários realizados na *Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP)*, cada um com duração de um semestre. O trabalho desenvolvido reúne esforços na formação de

uma epistemologia que contempla diferentes abordagens de comunicabilidade, elaborando precisões conceituais para redimensionar a área da Comunicação, percorrendo distintas teorias filosóficas.

A *NTC* constrói seu caminho, iniciado há mais de duas décadas, estabelecendo uma compreensão de comunicação associada à criação e à transformação, diferenciando-a do campo da sinalização e da informação. A premência deste trabalho se faz clara no pensamento do autor, quando destaca que a comunicação, na maioria das vezes, acaba sendo “Uma palavra que parece ser tudo, que, em realidade não é nada. Por que ninguém se pergunta o que vem a ser isso, *comunicar?*” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 9, grifo do autor).

Marcondes Filho (2008), ao reiterar a fragilidade ontológica da Comunicação, considera que a complexidade do fenômeno comunicacional acaba fazendo com que poucos pesquisadores se dediquem a realizar seus estudos em profundidade. Nesse sentido, abordagens sociológicas acabam sendo impulsionadas na área da Comunicação. “Investigar a comunicação e como ela atinge a cada um é muito mais complexo, mais insondável, mais incapturável”, assim, “[...] nada de novo surge na área. E nem vai surgir” (MARCONDES FILHO, 2008, p. 78). A crítica é contundente e suscetível a questionamentos⁸⁴. Entretanto consideramos que ela fortalece a proposta desta tese, na medida em que objetivamos (re)dimensionar a memória no fenômeno, na criação, na própria constituição do *Acontecimento* comunicacional.

A *NTC* estabelece uma aproximação com a literatura proustiana para (re)pensar a (in)comunicação. A partir dessa relação, Marcondes Filho (2010b) elenca quatro pontos para a reflexão. Primeiramente, chama atenção para a característica arrebatadora do fenômeno comunicacional, que ao se realizar acaba violentando o pensamento do sujeito, desacomodando estruturas, nos forçando a (re)pensar. Assim, o autor considera que a primeira confluência encontra-se na definição “[...] da comunicação como aquilo que tem a virtualidade de evocar em nós a necessidade de pensar sobre a coisa, pensar sobre seu objeto, pensar sobre o drama envolvido em seu enredo” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 10).

O segundo ponto destacado é a associação da comunicação com a criação, pois além de nos provocar a (re)pensar, ela possibilita o surgimento do novo, a

⁸⁴ A título de exemplificação destacamos o diálogo realizado através da Revista *Matrizes*, entre os autores José Braga (2010; 2012) e Marcondes Filho (2011), sobre as suas diferentes perspectivas em torno do estudo da Comunicação.

transformação. A criação emerge na intersubjetividade, no espaço *entre*, que se constitui na relação entre Eu e o Outro. Ao expor um trecho⁸⁵ da obra *O tempo redescoberto*, Marcondes Filho (2010b, p. 11, grifo do autor) considera que “A forma como Proust fala da arte é a mesma como nós falamos da comunicação, ou seja, como ‘comunicação densa’”.

A terceira aproximação estabelecida é com a memória, associando os conceitos de memória involuntária e voluntária aos de comunicação trivial e densa. “A memória voluntária é *informativa*, diríamos nós; exercitamos nossa razão, nos movemos conscientemente para o passado *que escolhemos* [...]” diferentemente da memória involuntária, quando “[...] esse aparecimento do passado é inesperado e surpreendente” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 11, grifos do autor). Da mesma forma, podemos pensar a comunicação trivial e densa, a primeira parte de um processo conduzido, já a segunda se realiza de forma arrebatadora, inesperada, movimentando e (re)construindo sentidos.

O último ponto, apresentado na figura da personagem proustiana Albertine, é para refletirmos sobre a dificuldade da ocorrência da *comunicação densa*. Através dessa personagem, Proust apresenta a incapacidade compreensiva de um indivíduo sobre o outro. Exatamente por isso a importância de nos deslocarmos do universo dos entendimentos, da razão objetiva, guiada tão somente pela inteligência, e nos deixar imergir no espaço *entre*, melhor dizendo, na *intuição*⁸⁶ (BERGSON, 2005a).

De acordo com a *NTC*, escolhemos construir nosso caminho sobre um viés ontológico, adotando “[...] a comunicação como algo singular, dinâmico, sincrônico e grávido de vida e de transformação” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 13). Estudar a comunicação que *Acontece* no sujeito, nos ocupando efetivamente com os condicionantes provocadores da transformação de sentidos no Ser. Assim, o desafio é assumirmos a comunicação como fenômeno intangível e, portanto, incapturável à manipulação, que acomete o sujeito em sua continuidade movente, na *razão durante*, compreendida como:

⁸⁵ Reproduzido da obra de Marcel Proust. “Só pela arte podemos sair de nós mesmos, saber o que vê o além de seu universo que não é o nosso, cujas paisagens nos seriam tão estranhas como as que porventura existem na Lua. Graças à arte, em vez de contemplar um só mundo, o nosso, vemo-lo multiplicar-se, e dispomos de tantos mundos quantos artistas originais existem, mais diversos entre si do que os que rodam no infinito” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 11).

⁸⁶ Esta noção será esclarecida na próxima subseção, de acordo com o pensamento bergsoniano.

[...] o princípio segundo o qual o acontecimento comunicacional tem sua existência, seu efeito e sua força na fração de tempo exata de sua realização. Nesse instante, há uma coincidência de linhas intencionais que se cruzam permitindo, com isso, que a dinâmica dos agentes construa o efeito comunicacional. Por isso, a comunicação só pode ser apreendida na brevidade de sua ocorrência (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 91).

Sob essa perspectiva, a pesquisa em Comunicação se dá no “[...] despertar das sensibilidades para o diferente, para o outro, para a alteridade que, sendo estranha, pode nos trazer de fato, novos olhares, novas percepções, uma nova maneira de encarar o mundo e os outros” (MARCONDES FILHO, 2008, p. 79). A comunicação ocorre no interior de cada ser humano, afetando diretamente a sua rede de sentidos, alterando, criando e transformando o sujeito. Perceber a comunicação sobre esse aspecto é incorporá-la como *Acontecimento*, o instante que o sujeito é arrebatado e algo em seu pensamento é transformado.

A comunicação, de acordo com a *Nova Teoria da Comunicação*, é um mistério. Mesmo ao buscarmos transpô-la para o universo exprimível, a sua imanência ontológica inviabiliza a possibilidade da transmissão, da passagem/transferência de mensagens entre dois polos – emissor-receptor, como pressupunham as teorias clássicas da comunicação. Marcondes Filho (2013b) considera que o estudo da comunicação carece de especificidades próprias, que direcionem a atenção para o *Acontecimento*, propriamente dito, e não para contextos (social, político, histórico, linguístico...) e suas possíveis reverberações. O enfoque é o instante de arrebatamento do sujeito, um incorpóreo⁸⁷, um *Acontecimento*⁸⁸. O reconhecimento de tal fugacidade pressupõe admitirmos que “[...] a pesquisa comunicacional tem que conformar em ser lacunar, provisória, parcial” (MARCONDES FILHO, 2013b, p. 4).

Assim, a episteme da *Nova Teoria da Comunicação* exige que o pesquisador se aventure, construindo o caminho a partir de seus próprios passos, respeitando e acolhendo nuances que possam insurgir ao longo da jornada, tal como apresenta o

⁸⁷ “Os estoicos dizem que a coisa é atravessada por algo incorpóreo que lhe dá vida” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 82). Conforme esclarece o autor, “Para os estoicos, o pensamento é um corpo, assim como o som (a palavra). O corpo pode ser representado por uma palavra, que lhe adiciona um sentido incorpóreo, mas em nada lhe altera. Suprime-se dessa forma, qualquer relação intrínseca entre a palavra e a coisa, uma vez que palavras e coisas são corpos com uma dimensão adicional, incorpórea: o incorpóreo na palavra é o seu sentido, na coisa são seus atributos. Esta permanece inalterável e a palavra lhe acrescenta algo de accidental, um acontecimento (MARCONDES FILHO, 2004, p. 39).

⁸⁸ “Os acontecimentos não possuem um sentido, eles são o sentido” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 85).

poema *Caminho*⁸⁹, de Mario Quintana. A ideia é seguir sobre um espaço liso, onde não há determinações estáticas pautadas a *priori*, podendo deslizar no movimento contínuo. A proposta, portanto, é desbravar um

“[...] espaço aberto onde as coisas-fluxo se distribuem, em vez de distribuir um espaço fechado para coisas lineares e sólidas. É a diferença entre um espaço liso (vetorial, projetivo ou topológico) e um espaço estriado (métrico): num caso, “ocupa-se o espaço sem medi-lo”, no outro, “mede-se o espaço a fim de ocupa-lo (DELEUZE; GUATARRI, 1997, p. 19-20, grifos dos autores).

O caminhar sobre um espaço *liso*, conforme a concepção apresentada pelos autores, no estudo da comunicação, pode ser vivenciado pela experiência de pesquisa proposta pela *Nova Teoria da Comunicação*, o *metáporo*. Essa é uma abordagem metodológica que se distancia das orientações canônicas do cientificismo, que se sustenta sobre proposições bem determinadas, rígidas, e legitimadas⁹⁰ entre os pares.

Para Silva (2015), é possível perceber certa inclinação acadêmica para uma pesquisa automatizada, seguem-se tendências, busca-se o indicativo da prova para evitar contestações e ganhar reconhecimento. A objetividade obsessiva pela prova pode acabar desconsiderando sensibilidades e a experiência crítica na pesquisa.

Sob essa perspectiva, o dogmatismo parece ser uma alternativa mais confortável, porém pouco desafiadora. Se abrir ao novo é desafiar-se, é ter consciência que “palavras podem esconder mundos” (SILVA, 2015, p. 15), é abrir mão da segurança do espaço *estriado* e aventurar-se na construção movente de um caminho *liso*. Nessa abordagem, o *metáporo* apresenta-se como alternativa, na qual a subjetividade é incorporada ao processo, possibilitando acolher as especificidades que dialogam com o sentido, efêmero e imaterial, de comunicação que incorporamos.

O saber, de acordo com o *metáporo*, não está pré-condicionado a etapas bem esclarecidas, que nos ofereçam fundamentos definitivos, ao contrário, é um campo

⁸⁹ “Não havia traços de passos no dia em que por acaso o descobri: pedras e urzes iam cobrindo tudo. O caminho agonizava, morria sozinho... Eu vi... Porque são os passos que fazem os caminhos” (QUINTANA, 2005).

⁹⁰ Entretanto é importante destacarmos que essa é uma conduta que vem sendo questionada e relativizada no âmbito da ciência, conquistando cada vez mais espaço e respeitabilidade, mesmo sob resistências. Conforme expõe Marcondes Filho (2013a, p. 60), “A confiança na cientificidade da ciência está sendo há muito questionada. Não é a teoria que deve confirmar se aquilo que lemos é o que efetivamente sentimos, mas o que sentimos é que deve servir para elaborar uma teoria de nossa própria recepção dos fatos estéticos e comunicacionais”. Silva (2015, p. 13), também, sob uma perspectiva crítica ao normatismo hermético na pesquisa, apresenta, conforme denominado pelo autor, seu “pequeno manual antimetodologia positivista”, propondo uma metodologia aberta à área da Comunicação.

aberto, cujo traçado vai se desenvolvendo durante o caminho. As variações, embora possam se apresentar de maneira contínua, não são previsíveis, se dão a conhecer no percurso do caminhante, em uma procura incessante de construir o novo, pois a imanência do homem é criação (BERGSON, 2005a). Cunha (2013, p. 118) considera o *metáporo* como “[...] o procedimento para a concepção ontológica da comunicação como Acontecimento, porque se ajusta ao objeto movente, à proposta da pesquisa ocorre no devir do fenômeno”.

Podemos pensar o procedimento *metapórico* em analogia aos jogos de Lewis Carroll, em sua obra *Alice no País das Maravilhas*, abordada por Deleuze (2015) em a *Lógica do Sentido*. O filósofo traz à reflexão a criação de jogos e a transformação de regras já conhecidas. Entre os exemplos abordados, destacamos o jogo de croquê, “[...] no qual as bolas são ouriços, os tacos são flamingos rosados, os arcos, por fim, soldados que não param de se deslocar do começo ao fim da partida” (DELEUZE, 2015, p. 37). Deleuze chama a atenção para o movimento constante e a ausência de regras precisas que comportem a clara definição entre vencedores e vencidos. A temporalidade do jogo é definida em seu decorrer, no movimento que articula cada lance, conectando-os em um contínuo movente de singularidades. A lógica do jogo em *Alice* é ir além dos mecanismos que nos conduzam para resultados fechados, confirmando hipóteses pré-estabelecidas. Lança-se em um jogar nômade, onde o categórico e o hipotético cedem lugar à complexidade de singularidades, em constante e recursiva relação.

A partir dessa abordagem literária, Deleuze (2015) sinaliza a importância de imaginarmos novos princípios que, aparentemente, possam parecer inaplicáveis, mas que possibilitam, de certa maneira, a sua realização genuína. Para tanto,

1º) Não há regras preexistentes, cada lance inventa suas regras, carrega consigo suas próprias regras. 2º) Longe de dividir o acaso em um número de jogadas realmente distintas, o conjunto das jogadas afirma todo o acaso e não cessa de ramificá-lo em cada jogada. 3º) As jogadas não são pois, realmente, numericamente distintas. São **qualitativamente distintas** de um só e mesmo lançar, ontologicamente uno (DELEUZE, 2015, p. 38, grifos nossos).

Esses três pontos apresentados por Deleuze (2015) elucidam a conduta metodológica que adotamos nesta pesquisa. Abertos a experimentar as diferentes situações e contextos que possam emergir neste processo, buscando (re)tecer caminhos que auxiliem a propor possibilidades sobre a memória na comunicação. A

intenção é provocar outros olhares e direcionamentos para refletirmos sobre a *complexidade* da comunicação humana.

Esta perspectiva elucidada a escolha por desenvolvermos uma linguagem mais próxima do estilo literário, aberta às subjetividades e às dimensões sensíveis. Conforme Marcondes Filho (2013a, p. 62, grifos do autor), a narrativa metapórica “toma emprestado da literatura o princípio proustiano de que ‘é preciso elevar fatos banais ao sublime, pois cores, cheiros, sensações, quando evocados por ela, nos fazem cheirar um *novo ar*’”. Assim, no contraponto ao conhecimento analítico, procuramos, conforme Bergson (1999), o espaço *entre*, a *intuição*, desenvolvendo esta pesquisa sob o *princípio da razão durante* (MARCONDES FILHO, 2010a).

A *Nova Teoria da Comunicação* substitui a noção de *método* (meta + odos) pelo *metáporo* (*meta + poro*). Marcondes Filho (2010b) expõe que o saber ocidental utiliza a palavra *método*⁹¹ como representação de uma rota instituída, enquanto que o *metáporo* representa um andar livre, sobre um espaço *liso*, permitindo ao pesquisador envolver-se pela atmosfera a partir da *intuição*. “Poro é a abertura de uma passagem num espaço caótico; ele introduz vias, cria direções possíveis, caminhos de fuga, ele vence a aporia” (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 260).

Um poro não se constrói, não se delimita, não se dobra à lei da forma. É sobretudo abertura para a existência, para o que há de comum na trajetória de cada humano, para o absurdo de sua solidão, para a remota possibilidade de comunicar a própria condição. Poro é simplesmente – ou estranhamente – a passagem para a comunicação (OLIVEIRA, 2006, p. 2).

Como propõe Oliveira (2006), seguimos nosso caminhar, pretensamente análogo, como bandeirantes em terras coloniais. A ideia idílica, romanceada, de desbravadores que se aventuraram em jornadas sobre rotas desconhecidas, quiçá existentes, mas que vão buscando, entre todos os mistérios, estabelecer passagens no encontro com a diferença.

A liberdade pode ser perigosa quando contradiz as verdades estabelecidas. É preciso compreender os prudentes, cuja mente é livre, mas em segredo. É preciso saudar os heróis da liberdade. Isso também faz parte do ensino da liberdade, mas a base desse

⁹¹ Ressalvamos que há outros entendimentos sobre a concepção de método. Scroferneker (no prelo,) considerando o pensamento de Edgar Morin e as reflexões produzidas por Lucia Santaella, compreende que os métodos são caminhos que auxiliam nas escolhas pelos percursos da pesquisa aberta, criativa, inovadora, sonhadora.

ensinamento consiste na consistência das escolhas, ou seja, a consciência dos perigos, das incertezas, das reversões do sentido da ação, portanto, da ecologia da ação; trata-se da consciência do desafio que toda escolha implica, da consciência de manter uma estratégia permanente para evitar que o resultado da escolha se degenerem. (MORIN, 2015a, p. 53)

Sob o amparo dessas concepções paradigmáticas estabelecemos uma analogia literária⁹². Nessa perspectiva, as palavras de Marcel Proust (1871-1922) são válidas para refletirmos sobre a “potência” da memória no fenômeno comunicacional. Por esse motivo, encontramos, em sua literatura, fragmentos que possibilitam elucidar diferentes dimensões em torno da memória. A intenção é desacomodá-la de sua imagem sacralizada, do *lugar* de conservação e celebração, para o pulsar da existência na experiência. Para (re)pensarmos a interface memória e comunicação, nos interessa a memória espontânea, representada na célebre passagem da literatura proustiana, sobre a qual destacamos a característica violadora da memória involuntária.

[...] ao voltar para a casa, vendo minha mãe que eu tinha frio, ofereceu-me chá, coisa que era contra meus hábitos. [...] Ela mandou buscar um desses bolinhos pequenos e cheios chamados madalenas e que pareceram moldados na valva estriada de uma concha de são Tiago. [...] levei aos lábios uma colherada de chá onde deixara amolecer um pedaço de madalena. Mas ao mesmo instante em que aquele gole, de envolta com as migalhas de bolo, tocou meu paladar, estremeci, atento ao que se passava de extraordinário em mim. Invadira-me um prazer delicioso, isolado, sem noção de sua causa. Esse prazer logo tornará indiferente às vicissitudes da vida, inofensivos seus desastres, ilusória sua brevidade, tal como o faz o amor, enchendo-me de uma preciosa essência: ou, antes, essa essência não estava em mim, era eu mesmo. (PROUST, 2006, p. 71).

É a partir desse episódio, despertado e manifestado pela sensação, que a personagem permite emergir toda a construção que dará sustentação a longa caminhada do autor, na obra *Em busca do tempo perdido* (2006). Mesmo que inconscientemente, a abertura à sensibilidade, ao se permitir experimentar, traz à tona uma nova realidade, que, até então, não fazia parte de seu repertório consciente. Como se fossem realidades paralelas, mesmo que ocorridas, não faziam sentido à

⁹² Embora não realizemos, propriamente, nem o caminho de *Swann* (2006), tampouco de *Guermantes* (2007), são essas as trilhas que tomamos como base referencial para traçarmos o nosso caminhar sobre a memória na Comunicação.

sua vida. A memória, dessa forma, lhe permite a criação de realidades latentes que, embora virtuais, constituíam-se como parte de sua *duração*. Estar aberto a essa criação é estar disponível a possíveis conexões, é permitir-se experienciar com o Outro, é desafiar-se ao mundo do sensível, do permitir afetar-se, de ser arrebatado pelo *momento mágico*⁹³ (MARCONDES FILHO, 2013a). É, portanto, sob essa perspectiva, que propomos (re)dimensionar a memória na Comunicação, a partir da filosofia bergsoniana, em permanente diálogo com a *NTC*.

5.2 Pensamento Bergsoniano – Espaço e Duração

Conforme destaca o filósofo Frédéric Worms⁹⁴, o pensamento de Bergson se desenvolve sobre uma precisa distinção entre *duração* e espaço. O seu pensamento não é baseado na filiação analítica, tão pouco na concepção idealista, mas num “[...] esforço para reencontrar a metafísica *na experiência*, através da diferença entre os dois sentidos da vida” (WORMS, 2010, p. 17, grifo do autor), ou seja, entre espaço e *duração*. Em entrevista à *Revista Cult*, Worms (2018), destaca que entre as possíveis linhas de pesquisa a serem desenvolvidas, a partir da filosofia bergsoniana, uma delas diz respeito “[...] à vida tanto em sua dimensão prática, limitante, primordial de nossa existência quanto em sua dimensão temporal e criadora, [...] compreender o homem como pensante, agente, vivente ao mesmo tempo” (WORMS, 2018). Sob essa perspectiva, propomos adentrar em sua filosofia, para (re)pensar a interface memória e comunicação, considerando que ela se manifesta na experiência, permitindo transformações e criações no movimento contínuo e relacional da vida.

Ao considerarmos essa breve apresentação, sobre a representatividade da filosofia de Bergson, realizada pelo pesquisador Frédéric Worms, tecemos alguns esclarecimentos sobre o pensamento bergsoniano. Os textos de Bergson, escritos entre a segunda metade do século XIX e início do século XX, como não poderia deixar de ser, são oriundos de sua época, impulsionados e impregnados das referências que

⁹³ De acordo com Marcondes Filho (2013a) o *Acontecimento* comunicacional é compreendido como um *momento mágico*, na medida em que nós não possuímos a comunicação, tão pouco temos controle sobre ela, antes, “[...]ela nos possui” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 47, grifo do autor).

⁹⁴ Autor da biografia autorizada de Bergson (2002), juntamente com Philippe Soulez; organizador da coleção *Anneles Bergsoniennes* (2002-2017) e presidente da *Société des Amis de Bergson*. “Considerado o maior especialista na obra de Bergson, Frédéric Worms é coordenador do Centre International d’Étude de la Philosophie Française Contemporaine e professor da École Normale Supérieure, em Paris” (REVISTA CULT, 2018).

caracterizam aquele momento histórico. Entretanto, conforme esclarece Worms (2010; 2018), sua filosofia diz respeito a vida, sobre como nos relacionamos com o mundo, com as experiências, com o Outro. Entendemos que a obra de Bergson compreende o sujeito como um Ser de atuação, voltado às dimensões práticas, as necessidades objetivas da vida, orientado pela faculdade da inteligência, é um Ser de entendimento. Mas, também, é um Ser de indeterminação, que interpõe um hiato, um “intervalo de movimento” (BERGSON, 2006) entre estímulo e (re)ação, de escolhas, seleção e subjetividades. Assim, o sujeito é capaz de suspender, momentaneamente, a faculdade da inteligência, voltada ao mundo dos entendimentos, e vivenciar as verberações da experiência estética. Nesse caso, é conduzido pelo que o filósofo chama de *intuição*, podendo ir além do aspecto do entendimento, enquanto sujeito transformador e criador e, portanto, conforme nossos pressupostos, um Ser de *comunicação densa*.

Compreendemos que as premissas do pensamento bergsoniano nos auxiliam a discutir, teoricamente, sobre como a comunicação se constitui enquanto um fenômeno contingencial, que pressupõe alteridade. Acreditamos que a compreensão desse fenômeno pode ser, também, tema de estudos da Comunicação, não sendo relegado “[...] ao plano dos resquícios conceitualistas da metafísica grega” (SODRÉ, 2014a, p. 13) ou, então, aos domínios da Psicologia e/ou da Neurociência. A NTC, como já explorado, em diálogo com a Filosofia, vem se ocupando dessas reflexões.

Explorar a memória, na filosofia bergsoniana, pressupõe considerarmos, nesta *paisagem*, certos *paradouros* de observação, contemplação e reflexão. Para melhor elucidar, deixando as metáforas de lado, por um momento, é necessário recorreremos a outros conceitos essenciais à compreensão dos fundamentos da memória, na obra do filósofo. Nesse sentido, os próximos passos são direcionados ao exercício de apresentação desse pensamento, que é dedicado a realizar uma distinção precisa entre *duração* e espaço. Com essa abordagem, Bergson refletia sobre a vida, seu movimento e desenvolvimento.

De maneira simplificada, o espaço representa a realidade objetiva, expressada na exterioridade do sujeito, e a *duração* corresponde àquilo que (re)constitui a sua interioridade, no movimento contínuo da vida. Assim, o sujeito não é apenas um corpo

físico presente, mas, também, é espírito, é (in)consciência⁹⁵ que permanece, como seu passado por inteiro, que passou, mas que não deixou de Ser, pois *dura* no sujeito, atuando sobre suas relações com o mundo (espaço), assim como o Outro (outras *durações*). Nesse sentido, *duração* é a memória, em seu aspecto ontológico, na medida em que a memória representa a conservação integral do passado, sob uma dimensão virtual. É sob essa perspectiva que consideramos que a memória estabelece interface com a comunicação. Retomaremos essa caminhada, porém, antes são necessários alguns *paradouros*.

Bergson (2006; 2005a; 2005b; 1999; 1988) concentra suas atenções sobre uma razão qualitativa, no contraponto da ideia cartesiana da fragmentação corpo e mente. A abordagem baseada na segmentação, entre o objetivo e o subjetivo, impede nossa relação com a *complexidade* da vida. O avanço está na fronteira comum, no encontro, no entrelaçar do espírito (*duração*) com a matéria (espaço). O filósofo vai em busca dessa zona fronteira, enfatizando que podemos compreender o mundo, e suas interfaces, para além das perspectivas idealistas ou realistas.

[...] idealismo e realismo são duas teses igualmente excessivas, [...] é falso reduzir a matéria à representação que temos dela, falso também fazer da matéria algo que produziria em nós representações mas que seria de uma natureza diferente delas. A matéria, para nós, é um conjunto de “imagens”. E por “imagem” entendemos uma certa existência que é mais do que aquilo que o idealista chama uma representação, porém menos do que aquilo que o realista chama uma coisa – uma existência situada a meio caminho entre a “coisa” e a “representação” (BERGSON, 1999, p. 1-2, grifos do autor).

Essa questão é amplamente trabalhada na obra *Matéria e Memória* (BERGSON, 1999), publicada, pela primeira vez, em 1896. A imagem, nessa perspectiva, não é suporte, como se fosse produto de nossa consciência. Para Deleuze (1999), no pensamento bergsoniano, a verdadeira unidade da experiência se dá na *imagem-movimento*, considerando a “[...] *matéria* o conjunto de imagens”, ao passo que a “[...] *percepção da matéria* essas mesmas imagens referidas à ação possível de uma certa imagem determinada, o meu corpo” (BERGSON, 1999, p. 173, grifos do autor). Há, nessa relação, uma diferença de natureza. A matéria é um universo acentrado, no qual todas as imagens interagem uma sobre as outras, em um

⁹⁵ No sentido que descreve Bergson, no sentido de existência, [...] para um ser consciente, existir consiste em mudar, mudar em amadurecer, amadurecer, em criar-se indefinidamente a si mesmo” (BERGSON, 2005a, p. 8)

fluxo contínuo. No entanto, quando falamos em percepção da matéria, o movimento de todas as imagens ocorre em relação a uma imagem específica, meu corpo.

A partir de um processo seletivo, a *imagem-corpo*⁹⁶ irá implicar mudanças, mesmo que mínimas nas demais imagens da matéria, que podem ser sintetizadas na expressão *imagem-movimento*⁹⁷. Sob essa perspectiva, não há soberania entre a relação sujeito/objeto (Eu/Outro), mas uma unidade que se dá pela nossa experiência, na dualidade relacional entre *duração* e espaço.

Para refletir sobre essa dualidade, Bergson (1988), em sua primeira obra *Ensaio sobre os dados imediatos da consciência*, publicada em 1889, reflete sobre a síntese do uno e do múltiplo, identificando dois tipos de multiplicidades, uma, heterogênea e outra, homogênea. Para tanto, vale-se do critério de número para destacar que:

Todo o número é uno [...] mas esta unidade é a de uma soma; abrange uma multiplicidade de partes que se podem considerar isoladamente. [...] Quando afirmamos que o número é uno, entendemos que o representamos na sua totalidade por uma intuição simples e indivisível do espírito: esta unidade contém, pois, uma multiplicidade, porque é a unidade de um todo (BERGSON, 1988, p. 59-60).

No entanto, pela objetividade da vida prática, somos levados a deixar essas singularidades de lado, considerando apenas a unidade, em sua funcionalidade. Nesse sentido, ela pode ser dividida, multiplicada, adicionada e subtraída, até alcançarmos o resultado desejado, transformando a multiplicidade na unidade. É uma operação quantitativa. Mas, se consideramos a sua unidade, propriamente dita, qualquer intervenção de segmentação e/ou inclusão transformará a unidade, então, se trata de uma questão qualitativa, de mudança de natureza, e não de grau (quantitativa). A “[...] subdivisão no indivisível é precisamente o que chamamos de objectividade. Por conseguinte, torna-se fácil elaborar a parte exacta do subjectivo e do objetivo na ideia de número” (BERGSON, 1988, p. 63).

⁹⁶ Para a filosofia bergsoniana todo ser vivo é um centro de indeterminação, configurando-se um intervalo entre o estímulo e a ação. Nesta pesquisa, compreendemos a *imagem-corpo* o sujeito. O texto de Bergson recorre a muitas metáforas filosóficas, nesse sentido, em determinados pontos, realizamos esclarecimentos, mesmo que, por vezes, isso represente certa simplificação de seu pensamento. No entanto optamos por essa abordagem a fim de facilitar a inteligibilidade de nossa proposta.

⁹⁷ A filosofia de Bergson redimensiona as noções de tempo. Sob essa perspectiva, o tempo é uma continuidade movente, qualquer interrupção na temporalidade é uma ação artificial que imprimimos na vida. Sob essa perspectiva, o mundo (matéria) é (re)constituído por *imagens-movimento*.

Um objeto, ao ser fragmentado de diferentes formas, passa a ser apreendido em partes, mas mantém a sua natureza. No mundo divisível, o objeto é pensado em termos de espaço, sua matéria é real e atual. Entretanto Bergson concebe o real não só em termos objetivos, espacializados, atualizados, mas, também, considera os aspectos subjetivos, correspondente a uma realidade virtual que existe, enquanto potência, pela *duração* (memória ontológica).

O virtual corresponde ao passado em geral, não um passado particular de um determinado presente, mas o nosso passado inteiro, como elemento ontológico. A virtualidade da realidade encontra-se na *duração*, uma multiplicidade heterogênea⁹⁸, indivisível, baseada na transformação contínua e movente do *ser que dura* qualitativamente. A atualização dessa virtualidade encontra-se no espaço, na realidade atual, que é orientada por uma multiplicidade homogênea, sob o princípio quantitativo.

Assim, a distinção entre a duração e o espaço não é somente interior a nosso conhecimento, ela também não é diretamente transcendente e metafísica, ela tira sua força e ambiguidade também do fato de ser *um ponto de contato* entre nosso pensamento e a realidade (WORMS, 2010, p. 119, grifos do autor).

Em relação a concepção de tempo, em um primeiro momento, partindo do senso comum, somos levados a perceber o movimento através do espaço. No entanto Bergson (1999) considera que essa é uma conduta viciada, na qual procuramos pontos de apoios na matéria, para, posteriormente, concebermos o movimento. Quem define o espaço é o movimento, e não o contrário. É sobre a imobilidade da imagem construída que buscamos referências, pois pensamos “[...] antes em *coisas* do que em *progressos*” (BERGSON, 1999, p. 140, grifos do autor). O progresso aqui é indicativo do movimento fluido da realidade, que, genuinamente, é essência movente. Ao pensarmos sobre a fixidez de uma imagem, realizamos uma divisão, estabelecemos determinados contornos e, quando isso acontece, não estamos mais na *duração*, pois o movimento é indivisível. Toda separação, nesta perspectiva, é um processo artificial, objetivo, de homogeneização da realidade. As singularizações do movimento se constituem como espaço homogêneo e tempo homogêneo:

⁹⁸ “[...] o acréscimo de um elemento, de *cada* elemento, não torna a mesma multiplicidade maior, mas faz dela outra multiplicidade. É o que quer dizer ‘heterogêneo’: a adição de um elemento *altera* a estrutura e o sentido mesmo do todo” (WORMS, 2010, p. 48, grifos do autor).

[...] não são portanto nem propriedades das coisas, nem condições essenciais de nossa faculdade de conhecê-los: exprimem, de uma forma abstrata, o duplo trabalho de solidificação e de divisão que aplicamos à continuidade movente do real para nela encontrarmos pontos de apoio, para nela fixarmos centros de operação, para nela introduzirmos, enfim, mudanças verdadeiras; estes são os esquemas de nossa ação sobre a matéria (BERGSON, 1999, p. 248).

Bergson (2005a; 1999) promove uma ordem *intuitiva*, vinculada à experiência, aquela do movimento contínuo, capaz de prolongar o passado no presente, sem fragmentações. O filósofo considera duas concepções sobre o tempo: abstrato e concreto. O tempo abstrato é marcado pela instantaneidade, em micromomentos independentes, uma divisão artificial, como se o tempo fosse definido pelas batidas de um martelo. A frieza de cada martelada vai definindo instante por instante, um presente único, sem a necessidade de qualquer precedência, baseado na sucessão. A instantaneidade encontra-se no tangenciamento, no isolamento, não há continuidade, não há *duração*.

O tempo abstrato é espacializado, marcado pelo movimento dos ponteiros do relógio, que definem segundos, minutos e horas, permitindo uma analogia com *Cronos*. Esse deus do tempo, da mitologia grega, a partir do Renascimento, é representado tendo em uma de suas mãos uma foice e na outra uma ampulheta (WHITROW, 2005), como na escultura de Ignaz Güinter (*Kronos*, 1770). A foice, com a qual mutilou seu pai, também, possibilita a interpretação da divindade que constantemente segmenta o tempo terreno em porções homogêneas (Figura 20).

Figura 20: *Kronos*, de Ignaz Güinter (1770)⁹⁹



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/489836896947864785/>

Para poder viver, *Cronos* neutraliza o pai (representação de uma geração anterior) e temendo que um de seus filhos o destrone, passa a devorá-los (representação de uma geração futura) (VILLAS-BÔAS, 1995). A crueza e obscuridade da imagem de um tempo terreno que se impõe com violência e tudo devora está apresentada na pintura mural de Francisco Goya *Saturno devorando a un hijo* (1821-23). O ato de atacar as gerações, anterior e posterior a si, enquanto presente¹⁰⁰, permite estabelecer uma relação com a necessidade de contenção/controlar do passado e do futuro (Figura 21).

⁹⁹ Exposta no Bayerisches Nationalmuseum, Munich, Germany.

¹⁰⁰ Segundo Deleuze (2015) em *Cronos*, somente o presente existe no tempo. O passado e o futuro são duas dimensões relativas ao presente no tempo.

Figura 21: *Saturno devorando a um filho*, Francisco Goya (1823)¹⁰¹



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/536702480578394103/>

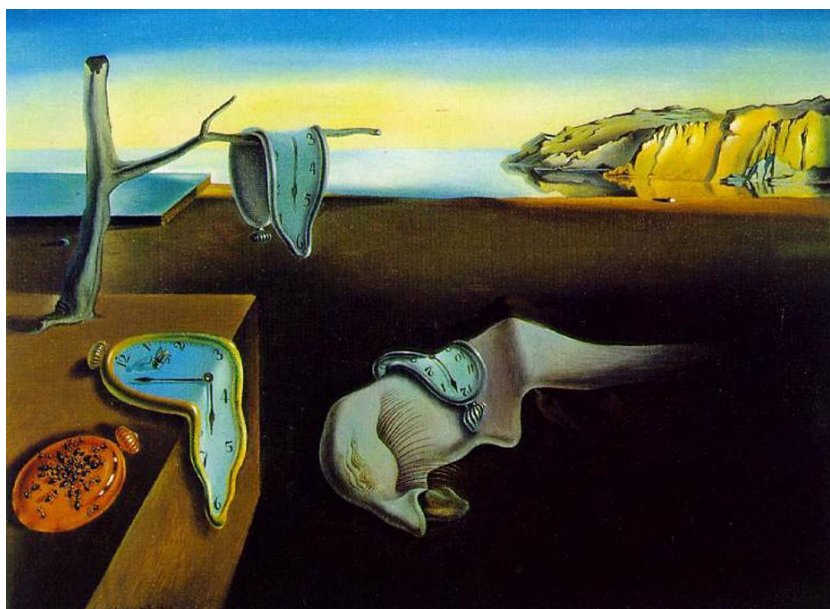
Conforme o exposto, o tempo concreto para Bergson é o tempo da *duração*, em que cada elemento representa o todo, sem segmentações, sem quantificações. Marcondes Filho (2010a, p. 216) esclarece que, a consciência retém multiplicidade¹⁰² de estados, “[...] junta-os, vincula passado com presente. Mas, ao exteriorizá-los (como sucessão pura), alinha-os no espaço na forma de tempo homogêneo”. Esta *duração*, ou tempo sem quantificações, que remete ao infinito, pode ser identificada com *Aion*, concepção da antiguidade grega homérica. Um tempo eterno, sagrado, sem medidas e que não pode ser segmentado cronologicamente (PUENTE, 2012). *Aion* é passado e futuro, libertado da tirania do presente de *Cronos*, cuja marcação do compasso do relógio, ou o escorrer da areia da ampulheta, desaparece. Uma possível visualização desta concepção de tempo (e/ou de ausência da percepção de tempo enquanto eternidade) está representada na obra *La persistência de la memoria* (ou

¹⁰¹ Exposta no *Museo del Prado, Madrid, España*.

¹⁰² Marcondes Filho (2010a) enfatiza que essa multiplicidade, no pensamento bergsoniano, não está associada aos números, é uma multiplicidade sem quantidades.

Los relojes blandos), do pintor catalão Salvador Dalí (Figura 22). Relógios flexíveis ou “desestruturados”, que se contrapõem à ideia da rigidez da segmentação do tempo terreno, um tempo que transcende a lógica objetiva, por não poder ser marcado na fluidez amorfa dos relógios. O quadro surrealista apresenta, em sua composição, rochas e mar. Os dois elementos remetem a uma percepção geológica de tempo que escapa à nossa compreensão por remeter a eras¹⁰³ passadas e futuras, inapreensíveis à condição humana. Ao fundo, um horizonte difuso que conduz nosso olhar a se perder no infinito (Figura 22).

Figura 22: *La persistência de la memoria*, Salvador Dalí (1931)¹⁰⁴



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/555631672761595499/>

A mudança não necessita de suportes materiais, pois tudo é movimento, e a espacialidade, como todas as outras coisas, é definida na, e pela, *duração* movente. O absoluto está na *duração*, no tempo concreto, no movimento como totalidade. Conforme Deleuze (1999, p. 60, grifo do autor), a obra de Bergson expõe uma “[...] pluralidade de *ritmos* de duração; mas, no contexto, a propósito das durações mais ou menos lentas ou rápidas, ele precisa que cada duração é um absoluto e que cada ritmo é, ele próprio, uma duração”. Com efeito, é esta noção de tempo heterogênea que nos possibilita (re)pensar a interface memória e comunicação. Ao considerarmos que as relações não são estabelecidas pelo espaço, mas pelo tempo, conforme

¹⁰³ *Aevum*, em latim, que também significa eternidade (BUSSARELLO, 1998, p.16).

¹⁰⁴ Exposta no *The Museum of Modern Art*, New York, EUA.

propõe Bergson (2006; 1999), é possível compreendermos que a contingência da comunicação é oriunda da atualização da memória/*duração*, ao se engendrar na percepção. Para tanto, seguimos a caminhada, entre seus *paradouros*.

É sobre esse sentido de temporalidade que Bergson (2005a; 1999) desenvolve a noção de *intuição*. É por meio da *intuição* que podemos vivenciar a experiência, sem fragmentá-la. Assim, configura-se uma relação dual entre inteligência e *intuição*.

Trata-se, sim, de uma ligação indissociável entre a delimitação do conteúdo das noções (espaço e duração, matéria e memória inteligência e intuição, nas diversas camadas de pares de opostos que vão se recobrando) e a experimentação em ato, numa vida singular, de dois modos de exercer a vida, de duas condutas ou de duas formas de vida (PINTO, 2012, p. 222).

Deleuze (1999), em sua obra *Bergsonismo*, publicada em 1966, considera que a pesquisa de Bergson é marcada, principalmente, pelos conceitos de *Duração*, *Memória* e *Élan Vital*¹⁰⁵. Essa tríade conceitual é elucidada pela *intuição*. Sua filosofia está centrada nessas dimensões e no progresso que elas implicam. A *intuição*, sob esta perspectiva, é uma proposta de conhecimento elaborada, que se estabelece, em linhas gerais, sobre três regras: 1) posição e criação de problemas; 2) descoberta de diferenças de natureza; e 3) apreensão do tempo real.

Sobre o primeiro item, posição e criação de problemas, há uma regra complementar, indicando a existência de dois tipos de falsos problemas, também chamados de problemas inexistentes. Um deles é que somos conduzidos a pensar em termos de mais e de menos. Para Bergson (1999), um engano comum à ciência e à metafísica concentra-se em torno de tomarmos o mais pelos menos, pois “[...] há mais e não menos na idéia de não-ser do que na de ser; na desordem do que na ordem; do possível do que no real” (DELEUZE, 1999, p. 10). Ou seja,

A idéia de desordem aparece quando, em vez de se ver que há duas ou várias ordens irreduzíveis retém-se apenas uma idéia geral de ordem, contentando-se em opô-la à desordem e pensa-la em correlação com a idéia de desordem. A idéia de não-ser aparece quando, em vez de apreendermos as realidades diferentes que se substituem umas às outras indefinidamente, nós a confundimos na homogeneidade de um Ser em geral, que só se pode opor ao nada, reportar-se ao nada. A idéia de possível aparece quando, em vez de se apreender cada existente em sua novidade, relaciona-se o conjunto da existência a um elemento pré-formado, do qual tudo,

¹⁰⁵ Impulso vital.

supostamente, sairia por simples “realização” (DELEUZE, 1999, p. 12-13, grifo do autor).

Assim, Bergson apresenta a *intuição*, pois através dela conseguimos refutar essa tendência do pensamento à estratificação. É no nível da *intuição* que logramos perceber para além das diferenças de grau, de quantificações, alcançando dimensões de qualidade, portanto, chegando a níveis mais profundos, na diferença de natureza. Nesse ponto, localizamos o segundo falso problema, pois todo momento em que pensamos em termos de mais ou de menos, de maneira quantitativa, apenas, negligenciamos diferenças mais profundas, que se encontram em uma multiplicidade qualitativa.

A *intuição* é indicada como possibilidade de captar a coisa “de dentro”, de coincidir com ela. Proposta, no final do século XIX, a *intuição* é uma forma de conhecer, de se relacionar, um conhecimento baseado no contágio, diferente da mediada por símbolos e representações. A intenção é que possamos lidar com a plasticidade da experiência, considerando

[...] nossa obstinação em tratar o vivo do mesmo modo que o inerte e em pensar toda realidade, por fluida que seja, sob a forma de um sólido definitivamente fixado. Só estamos à vontade no descontínuo, no imóvel, no morto. *A inteligência é caracterizada por uma incompreensão natural da vida* (BERGSON, 2005a, p. 173, grifos do autor).

Na obra *A evolução criadora*, Bergson (2005a) expõe a importância de abordarmos a teoria do conhecimento juntamente com a teoria da vida, num processo conjunto, crítico e complementar, que acompanhe seu movimento orgânico. É dessa forma que podemos ir além, que conseguimos romper com quadros preexistentes, fundamentados na inércia de conceitos hermeticamente traçados. O filósofo problematiza a supremacia da inteligência, demonstrando a sua incapacidade para lidar com o vivo. “Enquanto a inteligência trata todas as coisas mecanicamente, o instinto procede, se assim se pode falar, organicamente” (BERGSON, 2005a, p.179). A inteligência fragmenta o contínuo da *duração*, opera através da segmentação e espacialização.

[...] instinto e inteligência são dois desenvolvimentos divergentes de um mesmo princípio que, num caso, permanece anterior a si mesmo, no outro se exterioriza e se absorve na utilização da matéria bruta:

essa divergência contínua atesta uma incompatibilidade radical e a impossibilidade de a inteligência absorver o instinto. O que há de essencial no instinto não poderia ser expresso em termos intelectuais, nem, por conseguinte, ser analisado (BERGSON, 2005a, p. 182).

Assim, inteligência e instinto são incorporados em uma relação divergente, mas ao mesmo tempo complementar. Enquanto a inteligência permite uma tradução em termos de inércia, o instinto possibilita sentir os movimentos da vida. A *intuição*, portanto, emerge dessa complementaridade antagônica, é o espaço *entre*, a confluência da inteligência e do instinto, “[...] tornado desinteressado, consciente de si mesmo, capaz de refletir sobre seu objeto e de ampliá-lo” (BERGSON, 2005a, p. 191). A *intuição* nos coloca mesmo na vida, nos libertando de estruturas preestabelecidas, bem como das reações automáticas, para simpatizar com a realidade.

Segue-se daí que um absoluto só poderia ser dado numa *intuição*, ao passo que todo o resto é da alçada da *análise*. Chamamos aqui de *intuição* a *simpatia* pela qual nos transportamos para o interior de um objeto para coincidir com aquilo que ele tem de único e, por conseguinte, de inexprimível (BERGSON, 2006, p. 187, grifos do autor).

Assim, a *intuição*, pela “[...] comunicação simpática que estabelecerá entre nós e o resto dos vivos, pela dilatação de nossa consciência que obterá, irá nos introduzir no domínio próprio à vida, que é compenetração recíproca, criação indefinidamente continuada” (BERGSON, 2005a, p. 193). Embora essa seja uma relação difícil de estabelecer, ela não é impossível, se realizada pela nossa faculdade estética, quando abrimo-nos para sentir, além de nossas intenções e necessidades.

Essas reflexões nos auxiliam a (re)pensar a diferença entre entendimento e *comunicação densa*. Diante do pensamento do filósofo, é possível considerarmos o entendimento como um processo operado pela faculdade da inteligência. Ao estabelecermos uma relação, baseada no entendimento, utilizamos recursos representacionais, associativos, tendo como horizonte a inteligibilidade voltada a atender determinados interesses da vida. Entretanto ainda não se trata da *comunicação densa*, que nos apresenta Marcondes Filho (2013a; 2010b). Sob essa perspectiva não há horizontes definidos, somos arrebatados pelo fenômeno, pelo *Acontecimento* comunicacional vivenciado pela/na *intuição*. Valendo-nos da expressão de Bergson (2006; 2005a), estabelecemos uma *comunicação simpática* com a experiência, que se põe sobre o horizonte, e a incumbência de significar e agir

são substituídas pela liberdade da indeterminação. Assim, compreendemos a comunicação como criação, ao transformar as determinações, na medida em que emerge um novo sentido, que não está dado *a priori*, mas que advém da experiência, do espaço *entre* matéria e *duração*.

No entanto, regidos por hábitos, tendemos a reproduzir respostas e ações recorrendo a relações associativas e/ou automáticas, há um impulso vital [*élan vital*] que conduz nossa atenção à vida, sob o aspecto da sua funcionalidade. Ao mesmo tempo em que afirma essa natureza humana, Bergson (2005a) problematiza, considerando ser preciso superar os pontos de vista [...] do mecanicismo e o do finalismo, que, no fundo, são apenas pontos de vista aos quais o espírito humano foi levado pelo espetáculo do trabalho do homem” (BERGSON, 2005a, p. 95).

Entretanto não se trata de uma hierarquização entre inteligência e *intuição*, mas de conceber suas correlações, considerando a necessidade das duas faculdades. É nesse sentido que o filósofo traz a noção de simpatia para o centro da discussão sobre o conhecimento e as (inter)relações, pois é através dela que podemos penetrar no mundo do inexprimível, anulando as barreiras que o espaço interpõe entre o Eu e o Outro. A *intuição* e a inteligência, portanto, se complementam no processo de evolução do conhecimento e, por conseguinte, da humanidade.

A inteligência permanece o núcleo luminoso em torno do qual o instinto, mesmo ampliado e depurado em intuição, não forma mais que uma nebulosidade vaga. Mas, na falta do conhecimento propriamente dito, reservado a pura inteligência, a intuição poderá nos fazer apreender o que os dados da inteligência tem aqui de insuficiente e nos deixar entrever o meio de completa-los. [...] se a inteligência está afinada com a matéria e a intuição com a vida, será preciso espremer a ambas para delas extrair a quintessência de seu objeto (BERGSON, 2005a, p. 192-193).

Conforme esclarece Pinto (2012), trata-se de uma relação indissociável, constituída entre dois sentidos da vida, um orgânico, anônimo e espacial e, o outro, subjetivo, individual e temporal. É por meio da *intuição* que o sujeito ultrapassa a subjetividade, na medida em que a separação entre sujeito e objeto é anulada.

O sujeito torna-se uma parte de um todo. [...] As emoções dos sujeitos criam uma realidade que ultrapassa a característica puramente espacial da matéria. O espaço torna-se afetivo. Esse espaço afetivo no qual nós vivemos e determinamos pelo encontro da matéria e

memória, instinto e inteligência, e geralmente do espaço e a duração¹⁰⁶ (SCHICK, 2017, grifo nosso, tradução nossa).

Conforme expõe o autor, o pensamento de Bergson conduz para uma forma de conhecer diferente da ciência positiva. Para o filósofo, a abordagem baseada na segmentação entre objetivo x subjetivo impede nossa relação com a complexidade da vida. A alternativa está na fronteira comum, no entrelaçar entre memória e matéria, um encontro possível pela vivência da *intuição*.

A partir da aproximação da obra de Henri Bergson (re)pensamos a memória na comunicação, considerando os pressupostos da *Nova Teoria da Comunicação*, ou seja, para além das suas possíveis materialidades, a comunicação que *Acontece* no Ser. Para tanto, consideramos a plasticidade criadora da vida enquanto um fenômeno comunicacional.

5.3 A Comunicação como *Acontecimento* – uma vivência na *Intuição*

A comunicação vai além das materialidades que se baseiam numa abordagem instrumental, sinalizadora¹⁰⁷ e informativa. Atentamos para uma comunicação que não se consubstancia, que emerge no nível dos sentidos, das sensibilidades, associada às transformações no/do Ser. Assim, estudamos a comunicação sob a sua dimensão ontológica, constituindo uma reflexão a partir do pensamento de autores que dialogam com o pensamento teórico da *NTC*.

Teixeira (2013) apresenta o *Acontecimento* comunicacional como um arrebatamento, que não se configura em uma nova ideia desconectada, “[...] mas a presença de um fio que alinhava o que já estava presente como referência ao que agora se apresenta, os porvires e o que está ausente. Todos se manifestando a um só tempo” (TEIXEIRA, 2013, p. 69). A temporalidade dessa relação se dá em *Aion*,

¹⁰⁶ *Le sujet devient une partie d'un tout. [...] Les émotions des sujets créent une réalité qui dépasse le caractère purement spatial de la matière. L'espace devient affectif. Cet espace affectif dans lequel nous vivons est déterminé par la **rencontre de matière et mémoire**, instinct et intelligence, et généralement de l'espace et la durée.*

¹⁰⁷ Consideramos a onipresença da sinalização, tudo sinaliza! A produção de sinais está em todo lugar e em todas as coisas, inclusive no *não-lugar* (AUGÉ, 1994), porém essa produção incessante não representa sinônimo de informação, tampouco comunicação. Dessa forma, diferente do que propõe a Escola de Palo Alto, sob nossa perspectiva, tudo não comunica, melhor dizendo, a comunicação é um fenômeno difícil, pois pressupõe alteridade.

portanto, na continuidade movente da *duração* (BERGSON, 1999), conforme as dimensões de tempo expostas na subseção anterior.

Olhar a comunicação como um acontecimento, algo que pode ocorrer ou não ocorrer, e que, de qualquer forma, quando ocorre, altera os padrões anteriores, *violenta*. A comunicação é o que pode transformar os homens, mas as investidas humanas na comunicação nem sempre são bem-sucedidas. Na maioria das vezes apenas entretêm, informam, dispersam, em suma, mantêm tudo como está (MARCONDES FILHO, 2010a, p. 10, grifo do autor).

A compreensão de comunicação de Marcondes Filho (2010a), e sua temporalidade, nos conduz a refletir sobre o sentido que assume o *Acontecimento* na *NTC*. Tal concepção possui referência no pensamento deleuzeano. Deleuze (2015) integra as duas temporalidades, propostas na filosofia bergsoniana, *Cronos* (tempo cíclico e infinito) e *Aion* (retilíneo e ilimitado), sendo “[...] a identidade da forma e do vazio, o acontecimento não é o objeto como designado, mas o objeto como expresso ou exprimível, **jamais presente, mas sempre já passado e ainda a vir [...]**” (DELEUZE, 2015, p. 76, grifos nosso). O *Acontecimento* cria um paradoxo, avançando e recuando simultaneamente no tempo, acabando de ocorrer e sempre sendo esperado que ocorra.

Ora, este Aion em linha reta e forma vazia é o tempo dos acontecimentos-efeitos. Na medida mesma em que o presente mede a efetuação temporal do acontecimento, isto é, sua encarnação na profundidade dos corpos agentes, sua incorporação em um estado de coisas, na mesma medida o acontecimento por si mesmo e na sua impassibilidade, sua impenetrabilidade, não tem presente mas recua e avança em dois sentidos ao mesmo tempo, perpétuo objeto de uma dupla questão: o que é que vai se passar? O que é que acabou de se passar? E o angustiante do acontecimento puro esta, justamente, em que ele é alguma coisa que acaba de ocorrer e que vai se passar, ao mesmo tempo, nunca alguma coisa que se passa (DELEUZE, 2015, p. 39-40).

Para Deleuze (2015), embora paradoxal, contrário ao bom senso e ao senso comum, o *Acontecimento* é produtor de significado. Frente à sua inesperada efetuação, o indivíduo é levado a uma contraefetuação, objetivando produzir sentido à experiência vivenciada. A instantaneidade, fugacidade e complexidade do *Acontecimento* não permite retê-lo ou explica-lo em um só tempo, entretanto não contraefetuá-lo, no exato instante em que ocorre, provoca a perda da riqueza

produzida pela afetação/efetuação. Deleuze (2015) define o *Acontecimento* como “singularidades ideais que possuem uma verdade eterna e seu tempo não é nunca o presente que os efetua e os faz existir, mas o Aion ilimitado, o Infinitivo em que eles subsistem e insistem” (DELEUZE, 2015, p. 35).

Entre os antigos gregos o “momento oportuno” correspondia a uma concepção de tempo específica denominada *Kairós* (PUENTE, 2012). *Kairós*, filho de Zeus e Tique (deusa da sorte), era representado como um jovem, nu, com asas nos pés e apenas um topete de cabelo sobre a testa (como no afresco do pintor florentino Francesco Salviati, realizado por volta de 1550, no *Palazzo Sacchetti*, em Roma). Movia-se constantemente em grande velocidade, sendo que a única forma de aprisioná-lo era agarrá-lo pelo topete. Caso a oportunidade fosse perdida seria impossível segui-lo, e *Kairós* não retornaria (BENITO JR, 2012).

Figura 23 – *Kairós*¹⁰⁸



Fonte: <https://www.pinterest.se/pin/474355773224398603/>

¹⁰⁸ Exposta no *Palazzo Sacchetti*/Roma, Itália.

O *Acontecimento*, portanto, se dá na temporalidade de *Kairós*, enquanto tempo divino e qualitativo, se diferencia e complementa a noção espacial e quantitativa de *Cronos*. Este conceito/divindade representa o instante, um lapso de momento no presente onde se dá um *Acontecimento* fortuito. Um momento oportuno, sempre por chegar, sempre passado, atravessando o presente. Assim,

O acontecimento está nos dois planos. No presente imediato, *cronos*, em que a coisa acontece, mas, também, na concepção de eternidade *eon* dos estoicos, um tempo que só é passado e futuro, sendo o presente um mero piscar de olhos que os separa (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 73, grifos do autor).

A *comunicação densa* é um *Acontecimento*, que ocorre ou não no Ser, transformando-o. Devido à velocidade com que se desloca é impossível ser anunciado ou perceber sua chegada, *Kairós* apenas *Acontece* de forma inesperada, transversalmente a *Cronos*, dando-lhe novos significados, desencadeando alterações e constituindo-se em ato de criação. Como momento de pura graça, inspiração e *intuição*, a simples racionalidade não é capaz de apreendê-lo (PONCE, 2016).

Sob esse aspecto, retomamos as convergências epistemológicas apresentadas por Pimenta (2009), quando evidencia que as produções na área da Comunicação, na contemporaneidade, estão dando ênfase à incerteza, às esferas do sensível e da intuição. Para além da racionalidade, a comunicação se encontra sobre a *complexa* relação entre as dimensões de temporalidade. Assim, *Kairós* é o tempo do *Acontecimento* comunicacional, que ocorre na *duração* (*Aion*), pela experiência da *intuição* (BERGSON, 1999), efetuando-se no presente (*Cronos*).

É, enquanto *chronos*, esforço cotidiano, cumulativo, sequencial; e, enquanto *kairos*, os momentos de graça, os insights, os saltos qualitativos, as oportunidades de salvação, o que lhe proporciona o máximo de intensidade expressiva e significativa. Enquanto o *chronos* diz mais respeito à lógica do desenvolvimento, o *kairos* responde pela inspiração, pela intuição e pelos saltos qualitativos. Não há construção de conhecimento sem a presença das duas dimensões (PONCE, 2016, p.14).

A temporalidade da comunicação na *NTC* é a da *razão durante*, compreendendo-a como fenômeno que *Acontece* na mobilidade da vida sincrônica. Portanto, sob essa perspectiva, não podemos abordá-la como processo, haja vista que estamos nos referindo a um instante, uma faísca, um fenômeno estético e

efêmero que transforma. Essa característica pontual contrapõe a ideia processualista. Afinal,

Em comunicação, não se trata de estados sucessivos, não se pode trabalhar com efeitos posteriores, rebatimentos, repercussões, reverberações em escalas maiores, pois, assim, estaremos fazendo sociologia dos efeitos comunicacionais. Já não se trata mais do estudo de comunicação (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 93).

Assim, a comunicação não é considerada uma materialidade, uma substância em que podemos tocar e manusear, pois ela não se reduz a produtos, é um fenômeno, sobre o qual emerge o novo, a transformação, em uma relação estética com o mundo. Diferente do que propunham as abordagens que apresentamos nas Seções anteriores, com os exemplos sobre a memória organizacional, estabelecendo entre memória e comunicação uma relação de produto a ser transmitido, com intuito de afetar o Outro, sem considerar a relevância das singularidades de cada *duração* para a comunicação *Acontecer*. De acordo com Marcondes Filho (2010b), a comunicação é uma sensação, uma violência arrebatadora que se apresenta no nível da *intuição*, não se reduz a um instrumento.

O momento da comunicação é esclarecido por Marcondes Filho (2013a, p. 17-18, grifos do autor) ao expor que: “A comunicação é o efeito de um acontecimento p sobre uma reta r , sendo s a sensação que vou sentir num certo período a partir desse acontecimento”. Nesse aspecto, o autor recorre, num primeiro momento, a concepção de *percepção pura* proposta por Bergson (1999), como o conjunto de imagens que nos circundam, em seu estado bruto, diferente da “percepção complicada de memória” (BERGSON, 1999, p. 42). Como abordado anteriormente, o corpo também faz parte desse conjunto de imagens, portanto, ao refletirmos sobre a percepção da matéria temos esse corpo como uma espécie de “centro” em relação aos demais objetos/imagens circundantes, assim esse corpo está exposto às diferentes ações de causas exteriores. Mas a exposição não implica passividade, há resistências sobre essas influências. “Não se limita a refletir a ação de fora; ele luta, e absorve assim algo dessa ação. Aí estaria a origem da afecção” (BERGSON, 1999, p. 58).

A afecção consiste do encontro do objeto a perceber com o nosso corpo, da ação virtual que se realiza de acordo com a particularidade que essa percepção acaba exprimindo. É a partir desse contato – contágio – que a percepção pura adquire outra natureza, na medida em que incorporamos a ela nossas sensações, que podem ser

de ordem física e/ou psicológica. O impacto pode ter diferentes intensidades, mas passado o tempo da afecção, ela adquire no corpo o estado de lembrança. Novas percepções acabarão por se relacionar com essas lembranças, incidindo sobre elas os elementos que transformarão a natureza da percepção pura.

Marcondes Filho (2013a, p. 19, grifos do autor) explica que “Um acontecimento p , quando incide sobre a reta r , provoca sensações. Do impacto inicial s resultam, em mim, *afecções* e percepções (que vêm junto com a memória)”. Esses fenômenos acontecem na temporalidade da *duração* e, portanto, no nível da *intuição*, onde não há seccionamentos, pausas, marcações, esse é um processo que ocorre através do contágio, na mistura entre os corpos. “Assim, o processo da comunicação é essa relação entre um universo, meu corpo e a ação mútua entre ambos” (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 20). Podemos pensar essa relação de contágio, estabelecida na/pela *intuição*, a partir do que propõe Bataille (1987).

[...] excluindo geralmente a observação metódica da ciência: vendo, ouvindo o riso, eu participo de dentro da emoção daquele que ri. É essa emoção sentida de dentro que, comunicando-se a mim, ri em mim. O que conhecemos na participação (na comunicação) é o que nós sentimos intimamente: conhecemos imediatamente o riso do outro rindo, ou na sua excitação, compartilhando-a (BATAILLE, 1987, p. 100).

Bataille (1987) traz a comunicação para a dimensão do contágio entre os corpos, do misturar-se, do sentir “de dentro”. Para Joron (2008) a obra batailliana trata a problemática comunicacional a partir de diferentes vertentes: literária, filosófica, sociológica, antropológica, em uma abordagem transdisciplinar. Joron (2008) considera que Bataille busca estabelecer uma diferenciação entre a comunicação forte, compreendida como soberana, e a comunicação frágil, relacionada a uma atividade servil. A comunicação que interessa a Bataille está ligada à transgressão, aquela que “[...] implica um estado de graça nos que a vivem, ou seja, um momento de soberania que os separa do servilismo e da subordinação” (JORON, 2008, p. 24). Assim, Bataille (1987), também, considera a comunicação em sua impossibilidade, como momento raro, pois pressupõe uma relação estética.

Nessa perspectiva, Marcondes Filho (2010b) fala, conforme já apresentado, em uma *comunicação densa* – transformadora –, que violenta o pensamento, diferente de uma comunicação trivial. Assim,

Uma comunicação densa está próxima da arte, ambas como formas de apreensão sensível do mundo. Mais do que a arte, a comunicação realiza-se também no plano da interação entre duas pessoas, nos diálogos coletivos onde esse novo tem chance de aparecer, onde o acontecimento provoca o pensamento, força-o, onde a incomunicabilidade é trincada e criam-se espaços de interpenetração (MARCONDES FILHO, 2010b; p. 23).

Segundo *A Fenomenologia da Percepção* (1999), de Merleau-Ponty, o corpo necessita se deslocar do mundo objetivo, permitir brotar as transcendências, instalar-se nos objetos. Para Merleau-Ponty (1999, p 198), “Habituar-se a um chapéu, a um automóvel ou a uma bengala é instalar-se neles ou, inversamente, fazê-los participar de nosso corpo próprio”. O autor propõe que o corpo, ao se afastar do mundo objetivo, é envolto por fios intencionais que os conectam ao seu ambiente, revelando “[...] o sujeito que percebe assim como o mundo é percebido” (MERLEAU-PONTY, 1999, 110). Sob essa perspectiva fenomenológica o sujeito se envolve, se mistura, ao invés de uma relação distanciada, asséptica, há uma relação estética com o mundo. É nessa relação que acreditamos que a comunicação possa emergir, pois

[...] a comunicação é produzida no atrito das coisas (uma frase e minha memória, uma cena cinematográfica e minhas expectativas, minha fala e a fala de meu amigo etc.), quando algo especial e único atravessa as duas instâncias; ocorre, portanto, no espaço intermediário, na região de contato, área entre um e outro, por onde um elemento incorpóreo, sutil e inesperado anima, vitaliza, energiza. A comunicação ocorre no espaço *entre* (MARCONDES FILHO, 2013a, p. 47, grifo do autor).

Então, como propõe o autor, concentramos nossas reflexões sobre a comunicação no espaço *entre*, buscando compreender as dimensões fenomenológicas que o constituem. De acordo com Rossetti (2007), o fenômeno comunicacional necessita ser (re)pensado a partir de uma filosofia do movimento, de abordagens epistemológicas que não ignorem a realidade movente dos fenômenos. “A Comunicação é um movimento de interação, é muito mais um fluxo do que um sólido. Não é uma coisa em movimento é muito mais o movimento de estar em relação [...]” (ROSSETTI, 2007, p. 16).

Na concepção de tempo bergsoniana (*duração*) buscamos o sentido de continuidade movente, indivisível, para refletirmos teoricamente sobre a interface memória e comunicação. Para tanto, passamos a abordar o pensamento de Bergson

(2005a; 2005b; 1999), enfatizando a sua discussão sobre as dimensões de percepção, afecção e memória.

5.4 Percepção, afecção e memória: o encontro entre naturezas distintas

Compreender a comunicação no princípio da *razão durante*, como propõe a *NTC*, é uma possibilidade de (re)dimensionarmos a memória na comunicação, conforme postulado nos objetivos desta pesquisa. É, portanto, o que nós propomos com esta discussão.

A percepção pura se situa na matéria, é uma ação virtual concernente aos objetos, “[...] encontra-se originalmente antes nas coisas do que no espírito, antes fora de nós do que em nós” (BERGSON, 1999, p. 257). É a partir da percepção que sujeito e objeto coincidem. A *imagem-corpo* é o limiar entre espaço e *duração*, ela não se limita a refletir a ação que vem do exterior, configurando-se em uma afecção, conforme destacado na subseção anterior. A ação virtual, a partir dessa relação, passa para a ação atual, concernente ao próprio corpo. O isolamento da imagem, pela percepção, é compreendido, então,

[...] como uma perda e não como uma criação: longe de serem criadas em um cérebro ou em uma consciência, elas são recortadas no mundo material, e aí abandonam a uma só vez a indistinção primitiva e todos os caracteres que não interessam ao corpo (WORMS, 2010, p. 146).

De acordo com o que expõe Worms (2010), consideramos que qualquer divisibilidade na matéria é realizada através da nossa ação sobre ela. Bergson (1999) associa o corpo e a percepção como uma ação ativa do presente. Mas lembramos que a percepção pura é exterior ao corpo e, portanto, destacamos as afecções, que permitirão a interferência da memória na percepção. As afecções correspondem aos “[...] limites da percepção e não seus pontos de partida: elas têm lugar quando a distância entre o sujeito e o objeto torna-se nula, quando o *contato* se estabelece. [...] A afecção prepara a intuição (WORMS, 2010, p. 148, grifos do autor). Pelo encontro dessas dimensões, de naturezas distintas, é possível esclarecermos a impossibilidade de transmissão, elucidando que as relações se estabelecem sob o aspecto contingencial.

Conforme Bergson (1999), o real se constitui por duas dimensões: virtual e atual. A realidade se encontra na matéria pura e na imanência do sujeito enquanto condição virtual, latente às possibilidades. A realização dessas possibilidades é um fenômeno que o filósofo denomina como atualização do real, que advém do encontro entre *duração* e espaço. É dizer, as interpretações, os entendimentos, as compreensões, enfim, as relações se estabelecem pelo contato entre a percepção pura (realidade virtual – concernente ao mundo exterior) e o sujeito, transformando a percepção em afecção, permitindo a interferência da memória (aquilo que constitui o sujeito em sua temporalidade total – realidade virtual) na percepção. A inter-relação dessas dimensões fenomenológicas, sob nossa perspectiva, constitui a condição contingencial das relações humanas.

Ao reiterarmos que a percepção é “[...] uma perda e não uma criação” (WORMS, 2010, p. 146), concebemos que a criação emerge do encontro de duas realidades virtuais, a percepção pura (concernente à matéria) e a memória pura (concernente ao espírito), promovendo, assim, uma atualização. É a partir desse encontro/fusão, conduzido pela *intuição*, que possibilidades virtuais transformam-se em uma nova condição, uma criação. Sob essa relação que compreendemos a memória como dimensão na ontologia da comunicação.

Passamos, então, a abordar a memória para a compreensão da reconfiguração das concepções de tempo na filosofia bergsoniana e suas implicações sobre como nos relacionamos com o mundo, em busca de um (re)conhecimento sobre a(s) diferença(s) entre as relações de entendimento e comunicação, enquanto um *Acontecimento* (MARCORNDES FILHO, 2013; 2010b). A memória permite redimensionarmos o tempo, não só como ação, mas, também, como *criação*.

O passado, portanto, diferente do que possa parecer, não deixa de ser, ele apenas não está agindo, mas permanece enquanto essência, e potência, virtual. Bergson (1999), em sua obra *Matéria e Memória*, propõe uma nova compreensão sobre a memória, diferenciando-a, a princípio, em dois tipos: memória do corpo e memória pura. Essa concepção baseia-se em três hipóteses desenvolvidas pelo autor. A primeira considera que o passado sobrevive sobre duas formas distintas: em mecanismos motores e em lembranças independentes, fazendo com que a relação da experiência passada com a ação presente ocorra sobre duas maneiras. Uma está ligada ao automatismo mecânico, vinculado à própria ação. A outra está relacionada ao espírito, quando o reconhecimento de um passado específico, entre a existência

de uma pluralidade de passados¹⁰⁹, se conserva por inteiro, se contraindo em direção ao presente. A partir daí, sucedem-se as outras duas hipóteses:

II. O reconhecimento de um objeto presente se faz por movimentos quando procede do objeto, por representações quando emana do sujeito. [...] III. Passa-se, por graus insensíveis, das lembranças dispostas ao longo do tempo aos movimentos que desenham sua ação nascente ou possível no espaço. As lesões do cérebro podem atingir tais movimentos, mas não tais lembranças (BERGSON, 1999, p. 84-85, grifos do autor).

Ao considerar essas três proposições, vamos apresentar como as duas memórias bergsonianas se estruturam, teoricamente, de forma independente. A memória do corpo encontra-se fixada no organismo, conformando um conjunto de mecanismos inteligentemente organizados. Esse tipo de memória, denominada como memória do corpo, conduz a uma réplica conveniente para que possamos nos adaptar adequadamente às situações presentes que vão se apresentando. “Antes hábito do que memória, ela desempenha nossa experiência passada, mas não evoca sua imagem” (BERGSON, 1999, p. 176-177).

O hábito é um estruturante fundamental da sociedade. A coesão social necessita de uma série de cumprimento de deveres, desempenhados pelo hábito. “Se o hábito não é natural, o hábito de contrair hábitos no ser humano o é, e isto se encontra inscrito na natureza humana” (MACIEL JR, 2008, p. 73). Há um conjunto de interesses práticos associados a obrigações morais que podem acabar nos afastando da criatividade, na medida em que há “[...] todo um processo de fabulação que prende o homem na esfera social, que acarreta uma estagnação que o aliena do todo, configurando a sociedade como fechada, alimentada pelos seus sucessos e pela tradição” (MACIEL JR, 2008, p. 73). No entanto a memória pura, para Bergson (1999) nada tem a ver com a repetição.

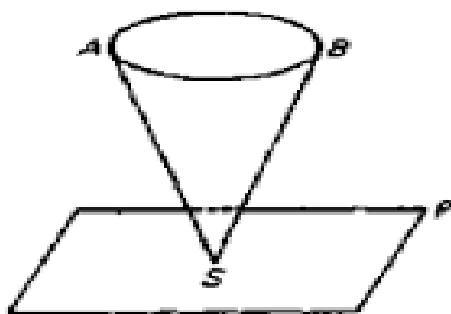
A memória pura corresponde a um absoluto, são as lembranças puras, enquanto uma heterogeneidade qualitativa, que constituem a nossa realidade virtual,

¹⁰⁹ Conforme esclarece Deleuze (1999, p. 43-44, grifos do autor), “[...] há um ‘passado em geral’, que não é o passado particular de tal ou qual presente, mas que é como que um elemento ontológico, um passado eterno e desde sempre, condição para a ‘passagem’ de todo presente particular. É o passado em geral que torna possíveis todos os passados. Colocamo-nos inicialmente, diz Bergson, no passado em geral: o que ele assim descreve é o salto na ontologia”. O salto ontológico, expressado por Deleuze (1999), é uma forma de explicitar a proposição de Bergson quando apresenta que nos recolocamos no passado, ao produzirmos um recorte, uma descontinuidade na continuidade da duração, recolocamo-nos em algo que já está em nós, mesmo que não tenhamos consciência dessa presença contínua.

como um “inconsciente”, antes ontológico, do que psicológico. Essas lembranças puras, ao irem ao encontro de uma percepção, adquirem a forma de *imagens-lembranças*, como uma representação mais concreta e consciente.

As *imagens-lembranças* não estão armazenadas no corpo, pois ele é também imagem, portanto, ele é que está nelas. Mas essa *imagem-corpo* possui uma particularidade, “[...] é o *lugar de passagem* dos movimentos recebidos e devolvidos, o traço de união entre as coisas que agem sobre mim e as coisas sobre as quais eu ajo, a sede, enfim, dos fenômenos sensório-motores” (BERGSON, 1999, p. 177, grifos do autor). O corpo, portanto, ao mesmo tempo em que pertence à matéria, está ligado metafisicamente ao espírito. Essa relação é apresentada a seguir (Figura 24).

Figura 24 – Cone SAB



Fonte: Bergson (1999)

A ilustração¹¹⁰, denominada pelo autor como *cone SAB*, representa a totalidade das lembranças. Os pontos AB representam a base assentada no passado, que permanece imóvel, enquanto o vértice, ponto S, configura o momento presente, tocando o plano móvel da representação atual do universo. O plano entre A e B representam o mundo do espírito, enquanto que o S está vinculado mais à racionalidade presente da ação. Nesse sentido, não nos fixamos em nenhum dos planos, mas no movimento, no fluxo contínuo, num apoio mútuo.

Por um lado, com efeito, a memória do passado apresenta aos mecanismos sensório-motores todas as lembranças capazes de orientá-los em sua tarefa e de dirigir a reação motora no sentido sugerido pelas lições da experiência [...]. Mas, por outro lado, os aparelhos sensório-motores fornecem às lembranças impotentes, ou

¹¹⁰ Observemos esta ilustração, assim como a figura 25, sob a perspectiva da relação do sujeito com o mundo/o Outro.

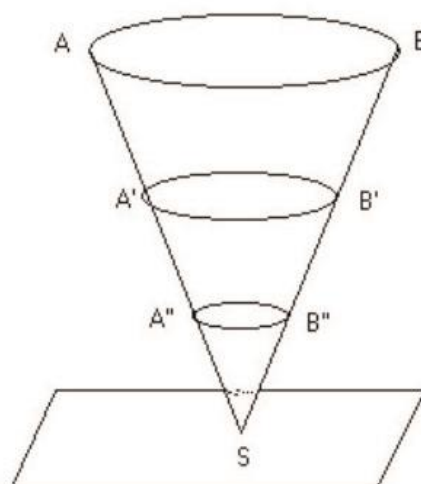
seja, inconscientes, o meio de se incorporarem, de se materializarem, enfim, de se tornarem presente (BERGSON, 1999, p. 178-179).

A lembrança responde a um apelo do presente, na medida em que os elementos sensório-motores conferem às lembranças a incorporação no presente. O real passa do virtual ao atual, assim como do atual ao virtual, na medida em que essas duas memórias (pura e do corpo) se inserem uma na outra, configurando-se como complementares.

Reiteramos que o passado não deixa de ser, pois é dimensão que permanece na *duração*, em coexistência virtual com o presente. Maciel Jr (2008) esclarece essa noção de passado virtual, expondo que “[...] o passado em geral, gigantesca memória cósmica, conserva-se em si como uma virtualidade” (MACIEL JR, 2008, p. 70). O passado, enquanto virtualidade, existe em potência, a partir do qual pode emergir a criação.

A diferenciação entre as memórias, pura e do corpo, é proposta por Bergson (1999) como um dualismo, a partir do qual chegamos a unidade absoluta, indivisível e complementar. Assim, é pela *imagem-corpo*, isto é, pelo sujeito em relação com o mundo¹¹¹, que ocorre a interpenetração entre *duração* e espaço, enfim dimensões objetivas e subjetivas, sem sobreposições. Essa relação é representada na figura 25.

Figura 25 – Cone *Duração/Espaço*



Fonte: Bergson (1999)

¹¹¹ Bergson (1988) apresenta uma diferenciação entre o *eu social* e o *eu profundo*. O primeiro diz respeito ao eu social, relacionado à inteligência; o segundo é vinculado ao espírito, manifestado pela *intuição*.

O cone representa a memória enquanto *duração*, a totalidade do universo movente¹¹². Os diferentes pontos (AB, A'B' e A''B'') indicam níveis de contração e distensão distintos sobre o ponto S, relativo às ações, à matéria, considerado como o plano da palavra pronunciada (BERGSON, 1999). As memórias, independentemente do nível de contração que se encontram em direção a S, apresentam-se em sua totalidade, configuram o passado geral, o tempo de *Aion*, no entanto, estão sob a forma da virtualidade. É somente no encontro da memória com a percepção que a memória passa do estado virtual para o atual, transformando a percepção-pura, na medida em que é despertada pelas afecções.

A memória do corpo, constituída pelo conjunto dos sistemas sensório-motores que o hábito organizou, é portanto uma memória quase instantânea à qual a verdadeira memória do passado serve de base. Como elas não constituem duas coisas separadas, como a primeira não é, dizíamos, senão a ponta móvel inserida pela segunda no plano movente da experiência, é natural que essas duas funções prestem-se um mútuo apoio (BERGSON, 1999, p. 178)

Nesse sentido, a memória/*duração* corresponde a uma existência virtual, como um “[...] inapreensível avanço do passado a roer o futuro” (BERGSON, 1999, p. 176). No entanto, conforme abordado na subseção 5.2, somos conduzidos a pensar em termos espacializados, em princípios quantitativos. As nossas necessidades práticas conduzem às ações, almejando a inteligibilidade. Assim, procuramos representações prévias, reduzindo incertezas, sobre garantias precedentes, buscando nos hábitos adquiridos tais seguranças. Tal conduta implica na diminuição da tensão da *duração* no espaço, considerando que o movimento do passado sobre o presente corresponde à manifestação da subjetividade, podendo, então, abalar intenções de previsibilidade.

O indeterminado permite a criação, suplantada pela repetição. Bergson (2005a) associa a ideia de imprevisibilidade a de harmonia, “[...] a ordem ao lado da desordem, a regressão ao lado do progresso (BERGSON, 2005a, p. 44). Segundo Worms (2010, p. 221), “[...] o objetivo, para Bergson, é superar a inteligência para abarcar a causa da imprevisibilidade em sua criação mesma [...]”. É só a partir da *intuição* que

¹¹² Trata-se de um processo que se manifesta entre duas operações concomitantes, configurando o ato temporal de toda a unidade individual, a *tensão* da *duração* na matéria e a *extensão* da matéria na *duração*.

podemos desviar das ações interesseiras da inteligência, permitindo, dessa forma, a criação.

Assim, a *imagem-corpo*, ao agir sobre a matéria, num ato perceptivo em relação as demais *imagens-movimento*, seleciona aquilo que lhe interessa. A percepção é uma ação/seleção interesseira¹¹³ da *imagem-corpo* sobre a matéria, conforme suas necessidades, de acordo com as configurações sociais e individuais já estabelecidas. Importam-se elementos exteriores por uma operação voltada aos interesses práticos, podendo ser definidos por dimensões conscientes e/ou inconscientes do sujeito. Sob essa perspectiva, compreendemos as relações de entendimento. Nesse caso, a memória assume a dimensão de *execução*, como facilitadora dos processos de entendimento. A partir de uma abordagem associativa, na qual determinadas situações do presente vão sendo (re)estabelecidas através de associações, sustentadas em uma base de experiências prévias, direcionando às nossas execuções. Conforme expõe Bergson (1999),

[...] a memória do passado apresenta aos mecanismos sensório-motores todas as **lembranças capazes de orientá-los em sua tarefa e de dirigir a reação** motora no sentido sugerido pelas lições da experiência: nisto consistem precisamente as **associações por contigüidade e por similitude**. (BERGSON, 1999, p. 178-179, grifos nossos).

A ação/seleção se estabelece em busca de responder “[...] a uma necessidade ou a uma carência, mas a uma carência que abre uma porta à ação e à indeterminação” (WORMS, 2010, p. 141). É essa indeterminação, esse *intervalo entre*¹¹⁴ a recepção do estímulo e a execução do movimento, constituída pela afecção, que possibilita que a memória pura, enquanto dimensão ontológica (*duração*), engendre uma nova configuração ao se encontrar com o espaço. Ao cabo dessas reflexões, concebemos a memória como potência *criativa* no fenômeno comunicacional, ao preencher a percepção, numa experiência movida pela *intuição*. Bergson considera que, se de um lado a memória opera por contigüidade e similitude, a fim de orientar as ações dos sujeitos, por outro,

¹¹³ Conforme o sentido atribuído no dicionário etimológico da língua portuguesa, “do lat. cláss. *interesse* ‘importar’” (CUNHA, 2010, p. 362, grifos do autor).

¹¹⁴ Considerando as reflexões realizadas ao longo do trabalho, mais especificamente sobre as noções da filosofia bergsoniana, optamos por substituir a expressão “espaço *entre*” por “*intervalo entre*”, evitando possíveis confusões, haja vista as significações que a terminologia “espaço” assume no pensamento do filósofo.

[...] os aparelhos sensório-motores fornecem às lembranças impotentes, ou seja, inconscientes, o meio de se incorporarem, de se materializarem, enfim, de se tornarem presentes. Para que uma lembrança reapareça à consciência, é preciso com efeito que ela desça das alturas da memória pura até o ponto preciso onde se realiza a ação. Em outras palavras, é do presente que parte o apelo ao qual a lembrança responde, e é dos elementos sensório-motores da ação presente que a lembrança retira o calor que lhe confere vida (BERGSON, 1999, p. 179).

Essa compreensão nos permite reconhecer a memória como dimensão onipresente nas relações que estabelecemos no movimento contínuo da vida (Eu/Outro). Sob essa perspectiva, a essência da percepção é a matéria, e a essência da memória é o espírito. Na *imagem-corpo*, limiar de encontro entre o objetivo e o subjetivo, encontra-se a possibilidade da comunicação. Um *Acontecimento*, vivido pela intuição, que se estabelece pela unidade *entre* duas imanências, a percepção (matéria) e a memória (espírito).

Assim, entendemos que a comunicação não parte de determinado ponto, ela não encontra-se no Eu, nem no Outro, ela *Acontece* no sujeito, mas se estabelece pelo *entre*, constituído por uma relação estética, que deslocada dos interesses práticos da inteligência, é vivida pela *intuição*. Todavia prevalece a tendência às reproduções mecânicas e a trivialidade das ações cotidianas, operadas pela memória do corpo, pautando as experiências em relações de entendimento. Essas reflexões e proposições teóricas inteligibilizam as diferenciações entre as relações de entendimento e a *comunicação densa* (MARCONDES FILHO, 2013a; 2010b), ao (re)considerarmos a memória (BERGSON, 1999), como dimensão do fenômeno da comunicação, em sua condição contingencial.

Entre as diferenciações de natureza, propostas na obra de Bergson, destacamos a percepção, a afecção e a memória, que engendram a grande distinção de seu pensamento: *duração* e espaço. Elas nos permitem compreender como as subjetividades fazem parte do fenômeno da comunicação, possibilitando a criação de novos sentidos.

O ser da comunicação é um *evento-enquanto-ocorrência*, um acontecimento casual marcado pelo atrito, pela fricção, pelo impacto, pelo encontro do bisturi com a carne, do fogo com a madeira, da palavra com ser. Nesse episódio ocorreu a comunicação, sentiram-se seus efeitos, coisas mudaram, consciências se transformaram, modos

de ver o mundo sofreram viradas substantivas. Nesse encontro passou a comunicação (MARCONDES FILHO, 2010b, p. 95).

A comunicação é um instante que *Acontece* no movimento contínuo da vida, conforme elucidado anteriormente, a partir das metáforas mitológicas do tempo (*Kairós/Cronos/Aion*). No entanto ponderamos que esse instante não se configura apenas como um limite abstrato no tempo, mas “[...] uma relação *entre* o espaço e o tempo, e uma relação instantânea ou antes a instantaneidade *como relação* deve chamar-se *simultaneidade*” (WORMS, 2004, p. 142, grifos do autor). A *simultaneidade* representa o encontro entre o “bisturi com a carne”, destacado por Marcondes Filho (2010b). Tal compreensão possibilita concebermos que o *entre* da comunicação, antes de se estabelecer sobre Eu e o Outro, se configura de maneira ontológica, na relação *entre duração* e espaço.

De acordo com o pensamento de Bergson, ilustrado pela imagem do cone (Figuras 24 e 25), evidenciamos que “[...] é através do ponto do corpo percipiente, a cada instante de nossa vida, que a duração se inscreve no mundo” (WORMS, 2004, p. 143). No entanto todos esses instantes não representam, automaticamente, comunicação.

É necessário nos desviarmos da ação prática, para sermos arrebatados. Para tanto, “[...] é preciso que, por uma contração violenta de nossa personalidade sobre si mesma, nós reunamos nosso passado que se esquiva, para impulsioná-lo, compacto e indiviso, num presente que ele criará ao nele se introduzir” (BERGSON, 1959, p. 665, citado por WORMS, 2004, p. 140). Entretanto é importante ressaltar que há duas operações divergentes no espírito: a memória pura e o entendimento, operado pela memória do corpo. A memória pura “[...] introduzindo distinções nas semelhanças espontaneamente abstraídas, o entendimento retirando do hábito das semelhanças a idéia clara da generalidade” (BERGSON, 1999, p. 188). A memória, enquanto potência virtual, inexpressível e o entendimento como palavra articulada.

Ao consideramos que a unidade da vida se dá pela nossa experiência da dualidade relacional *entre* espaço e *duração*, podemos dizer que, nesse movimento contínuo, há sempre transformações. Afinal, estamos pensando em termos de heterogeneidades qualitativas, assim, cada experiência, embora seja baseada em representações já estabelecidas pelo hábito (memória do corpo), promovidas por relações de entendimento, é integrada à nossa *duração*. Nesse aspecto, a transformação movente da *duração* é virtualidade potente à criação, em qualquer

experiência no *devenir*, do Ser que *dura*. Podemos perceber que a *duração* opera por um “deixar-se viver”, paradoxalmente passiva e ativa (WORMS, 2010). É sob essa perspectiva que abordamos a comunicação como um fenômeno estético, é dizer, uma relação constituída pelos sentidos.

5.5 A memória no *Acontecimento* comunicacional: uma *emoção criadora*

As reflexões, (re)tecidas até o momento, apresentam aportes teóricos que nos auxiliam a compreender a contingência da comunicação, sobre as imbricadas relações entre percepção/afecção/memória. Lembramos que a comunicação pressupõe mais que entendimento, apreendido como operação “[...] que decompõe e recompõe de acordo com seus hábitos [...] (BERGSON, 1999, p. 286). Por outro lado, a memória, enquanto *duração*, permite (re)dimensionarmos sua interface com a comunicação, haja vista que ao penetrar no presente, sobre diferentes níveis de contração, a memória atualiza o real, possibilitando a emersão da criação. De acordo com a *NTC*, comunicação é criação. Ao considerarmos o pensamento bergsoniano, a criação se constitui “[...] por reunião da totalidade de nossa vida em um ato temporal único” (WORMS, 2010, p. 252).

A relação promovida pelo entendimento permite transformações na *duração*, trata-se de mudanças que operam na virtualidade. Assim, consideramos que entendimento e *comunicação densa* provocam transformações na realidade. O entendimento, sob o aspecto virtual, como potência de possibilidades que permanecem na *duração* do sujeito a cada nova (inter)ação; a *comunicação densa*, como transformação criadora, na atualização do real, pela intervenção da memória na percepção. A memória, movida pela *intuição*, representa a tensão da *duração* na matéria, um instante disruptivo no tempo.

Na percepção concreta intervém a memória, e a subjetividade das qualidades sensíveis deve-se justamente ao fato de nossa consciência, que desde o início é senão memória, prolongar uns nos outros, para condensá-los numa intuição única, uma pluralidade de momentos (BERGSON, 1999, p. 257).

Sob essa perspectiva, compreendemos que o *Acontecimento* comunicacional é vivido por essa *intuição* única, que nos apresenta Bergson (1999), como destaca Marcondes Filho (2013a; 2012), ao apresentar o momento da comunicação. Nesse

sentido, retomamos a tese defendida pelo autor, ao propor que “[...] a comunicação é uma afetação que desestabiliza a função cerebral de acoplamento a uma memória anterior, que seria tranquilizante. Ela cria memória (MACONDES FILHO, 2012, p. 11, grifo do autor). Sob essa filiação, desejamos evidenciar que esse *Acontecimento* único é vivido pela memória/*duração*, por uma condensação de heterogeneidades qualitativas sobre uma experiência. É a nossa existência inteira, conservada no tempo, representada por essa grande memória ontológica (*duração*), se materializando num instante presente. Retomando as metáforas artísticas do tempo, é o momento que *Kairós* arrebatava *Cronos*, em *Aion*, esse tempo contínuo e movente, que representa a vida imanente. Um *Acontecimento* fortuito que, ao mesmo tempo que desvanece, cria e transforma, pois permanece na *duração*. A experiência que nos referimos, portanto, é uma experiência estética¹¹⁵, ou seja, influenciada pelas sensibilidades.

A comunicação se estabelece pelo *intervalo entre*, *Acontecendo* no sujeito, a partir de relações entre percepção pura, afecção e memória. Nesse sentido, (re)dimensionamos a memória na ontologia da comunicação, como potência virtual do *Acontecimento* comunicacional. Com efeito, visualizamos, nesta *paisagem*, a interface memória e comunicação para além de uma abordagem instrumental.

Ao assumirmos o *Acontecimento* comunicacional como um fenômeno estético (MACONDES FILHO, 2013; 2010b), propomos uma compreensão: (re)pensar a comunicação como uma *emoção criadora*¹¹⁶ na percepção da alteridade, ao reconfigurar a percepção pela indeterminação da memória do sujeito. Vivida pela intuição, a comunicação, sob esta perspectiva, envolve uma experiência e uma atitude estéticas. Relembramos que a *intuição* é uma *comunicação simpática* com o mundo,

¹¹⁵ Segundo o sentido da palavra grega. O Dicionário Grego-Português (BOLTING, 1953, p. 20), define estética da seguinte forma: *aisthikí/ “αισθητική: est(h)ética: ciência das sensações”*. A mesma obra apresenta o significado de outras palavras que estão em sua raiz: *aisthanomai / “αιθανομαι: sentir, perceber, notar, ter consciência [...]”* (p. 19); *aisthiseis/ “αιθησις: sensação, percepção, impressão, sentimento [...]”* (p. 19). O Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (MACHADO, 1987, p. 274), apresenta estética como uma palavra que provém “do grego *aisthêtiké*, forma do adjetivo *aisthêtikós*, que significa que tem a faculdade de sentir ou de compreender; que pode ser compreendido pelos sentidos”. Para o Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (NASCENTES, 1955, p.197), estética, do grego *aisthetiké*, é relativa ao “sensitivo, sensível”.

¹¹⁶ É importante destacarmos que essa é uma relação que nós estabelecemos, tendo em vista que Bergson (2005b) apresentou o conceito de *emoção criadora* em sua discussão sobre a moral e a religião. Sob essa perspectiva, enquanto seres de criação, o filósofo considerava que é possível rompermos com as determinações, representações e predefinições sociais, possibilitando a criação/transformação, constituindo o que ele denominou como moral aberta, rompendo com os preceitos da moral fechada. Assim, de acordo com os pressupostos teóricos que assumimos na Comunicação, consideramos que a *emoção criadora* emerge como um *Acontecimento* comunicacional.

um movimento de abertura à alteridade. A noção de simpatia¹¹⁷ faz parte da filosofia bergsoniana, no entanto, desejamos ressaltar a sua importância para a comunicação, por meio do seu sentido grego, de *sentir com*, possibilitando a configuração de um *intervalo entre*, um hiato de indeterminação, promovido pela afecção.

Retomando as concepções de experiência e atitude estéticas, é importante ressaltar que essas dimensões são privilegiadas na Arte. No entanto consideramos que o sujeito, ao estar em interação com o mundo, “[...] pensa e sente, [...] não está anestesiado”, dessa forma, podemos “[...] pensar a experiência estética como comunicação sem anestesia” (BARROS, 2016, p. 2). O indivíduo “[...] não pode colocar inteiramente entre parênteses a crença espontânea do mundo. [...] ele não é insensível às solicitações que lhe vêm das coisas e de seu próprio corpo misturado com elas” (DUFRENNE, 2002, p. 63). A experiência estética nos possibilita vivenciar o inesperado, o desconhecido, a diferença, proporcionando um momento que não é constituído por uma justificção racional. Mas, conforme considerado, não se trata de uma inércia do sujeito, ao contrário, a experiência estética pressupõe uma atitude estética.

[...] assumir uma *posição*, uma postura que constitua e configure a nossa percepção. Não como uma intencionalidade, uma premeditação, uma antecipação racional do que está por vir, mas como uma disposição contingente, uma abertura circunstancial ao mundo. A premeditação é da ordem da atitude *prática*, utilitária, funcional, quando nos dirigimos para o mundo com vistas a determinados fins considerando as coisas e os acontecimentos como *meios úteis* para atingir um fim. A atitude estética é uma atitude *desinteressada*, é uma abertura, uma disponibilidade para a coisa ou o acontecimento “em si” [...] (PEREIRA, 2011, p. 114, grifos do autor).

A reflexão do autor nos leva a propor que a atitude estética seja um movimento da comunicação que, vivida pela *intuição*, é deslocada dos interesses práticos da inteligência. Acreditamos que essas prerrogativas auxiliam na compreensão de

¹¹⁷ Utilizando como referência a Novíssima Gramática da Língua Portuguesa (CEGALLA, 1981), identificamos que as estruturas das palavras são compostas por radicais, “elemento básico e significativo das palavras” (p. 53) e afixos, “elementos secundários que se agregam a um radical para formar nova palavra” (p. 54), que dividem-se em prefixos (antepostos ao radical) e sufixos (pospostos ao radical). Em relação a palavra simpatia, de origem grega, temos em sua estrutura o prefixo *sin*, “reunião, conjunto, sintonia, simultaneidade” (p. 62); o radical *phatos*, “sentimento” (p. 73) e o sufixo *ia*, que “exprime qualidade, estado ou modo” (p. 69). Desta forma, simpatia pode ser compreendida como a qualidade ou estado de sentir com. Segundo o Dicionário Grego-Português (BOLTING, 1953, p. 546), “*συμπάθεια*: sympátheia: compaixão, inclinação, tendência para alguém”.

comunicação, para além de uma abordagem funcional, permitindo direcionar nossa atenção sobre os meandros da sua ocorrência contingencial.

A prerrogativa de uma atitude estética é pensada, também, em Bergson (2005a) sob o aspecto paradoxal da *duração*, de um *ser que dura*, sob uma relação dialógica¹¹⁸ entre passividade e atividade. Como esclarece Worms (2010),

[...] não se trata, para o eu, de ser somente comparado a um organismo ou de se deixar atravessar por uma “vida” que lhe seria exterior: se podemos falar do “eu” e falar em primeira pessoa, é justamente porque mesmo esse “deixar viver” é ainda um ato. A “vida” é efetivamente aqui o termo que designa bem, a uma só vez, a passividade e a atividade operante na experiência temporal [...] É já aceder a esse ponto de nossa vida *em que ela cessa de ser um espetáculo para tornar-se*, a uma só vez impessoal e pessoal (WORMS, 2010, p. 75, grifos do autor).

Atuamos no mundo com nosso passado inteiro (memória/*duração*), numa extensão de nossas subjetividades sobre a atualidade. “A memória bergsoniana é atualização antes de ser reminiscência” (WORMS, 2004, p. 139). A ação/seleção ativa da percepção pode ir além da relação de entendimento, afastando-se das representações já estabelecidas em um ato de criação, pela atualização da memória do sujeito, ao preencher a percepção de maneira indeterminada.

Experiência e atitude estéticas são efetuações originadas na *intuição*, lembrando que entre inteligência e *intuição* não há uma relação hierarquizada, mas complementar, pela *complexidade* da vida, entre seus dois sentidos: “[...] da vida em geral, orgânica, anônima e espacial, de um lado, e subjetiva, individual e temporal, de outro (PINTO, 2012, p. 222). Portanto, operacionalizar a comunicação é “despi-la” de sua estesia, é afastar a memória/*duração* da percepção, em detrimento das necessidades afetivas¹¹⁹ do entendimento. O *Acontecer* da comunicação pressupõe, dessa forma, uma atitude estética, baseada na dialógica passividade/atividade.

Que um esforço desse tipo não seja impossível, já o mostra a existência, no homem, de uma faculdade estética ao lado da percepção normal. Nosso olho percebe os traços do ser vivo, mas justapostos uns aos outros e não organizados entre si. Escapa-lhe a intenção da vida, o movimento simples que corre através das linhas, que as liga umas às outras e lhe dá uma significação. É essa intenção

¹¹⁸ No sentido proposto por Morin (2008).

¹¹⁹ Em referência à afecção, que transforma a percepção pura, se abrindo às operações da memória pura, operada pela *duração*, ou da memória do corpo, operada pelo entendimento.

que o artista visa recuperar, recolocando-se no interior do objeto por uma espécie de simpatia, desfazendo, por um esforço de intuição, a barreira que o espaço interpõe entre ele e o modelo (BERGSON, 2005a, p. 192).

O esforço do artista na formação de uma faculdade estética, ao buscar configurar um “espaço” *entre* “ele e o modelo”, é dizer, entre a *imagem-corpo* e a percepção pura, é o esforço que propomos à Comunicação, incorporando a memória como uma dimensão comunicacional. Considerar esse processo como uma experiência e atitude estéticas, um *Acontecimento*, uma criação, de acordo com as prerrogativas da *Nova Teoria da Comunicação*.

Nesse sentido, vale ressaltar que, para Bergson (2005b), criação significa, antes de tudo, emoção. No entanto, segundo o autor, há duas espécies de emoção, a *emoção infra-intelectual* e a *emoção supra-intelectual*, “[...] que só tem em comum entre elas o fato de serem estados afectivos distintos da sensação e o não se reduzirem, como ela, à transposição psicológica de uma excitação física” (BERGSON, 2005b, p. 40). Todavia essas designações possam evocar uma ideia de superioridade de valor entre elas, não é esse o intuito do filósofo, embora ele mesmo reconheça a fragilidade sobre essas denominações.

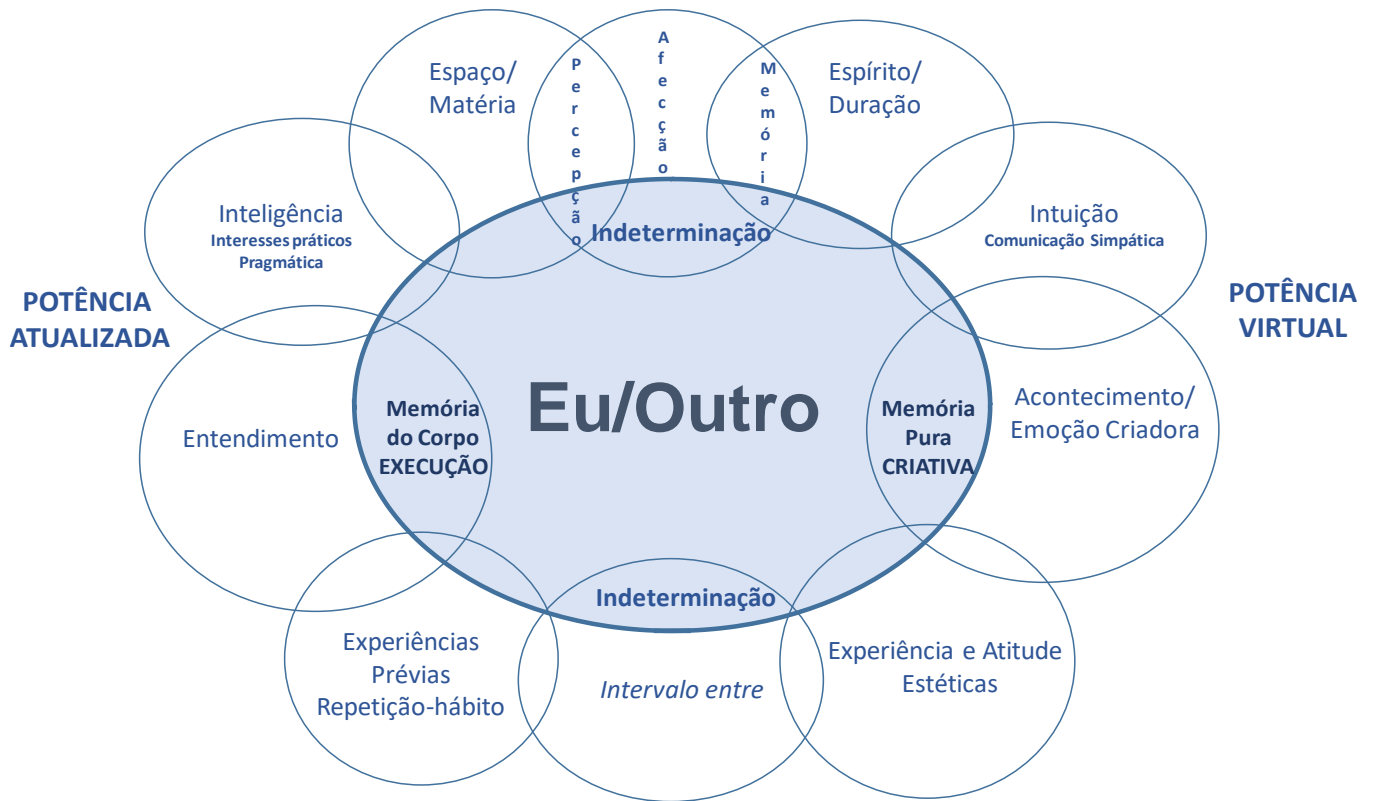
A questão, propriamente dita, é estabelecer uma diferença entre dois gêneros de emoção. A *infra-intelectual*, se trata de uma agitação de superfície, uma emoção consecutiva de uma ideia, parte de determinadas representações. A outra emoção, chamada de *supra-intelectual*, diferente da primeira, não é determinada por nenhuma representação, ao contrário é antes causa do que efeito, ela cria novas representações, há um novo “arranjo” sobre um sentido antigo, ela é uma *emoção-criadora*. Se “[...] a atmosfera da emoção comparecer, se a respirei, se a emoção me penetrar, agirei segundo ela, movido por ela. Não por constrangimento ou necessidade, mas em virtude de uma inclinação à qual não quereria resistir” (BERGSON, 2005b, p. 53). Assim, consideramos que a contração da memória/*duração* na percepção/espaço pode ser promovida por uma emoção *supra-intelectual*. Compreendemos, então, o *Acontecimento* comunicacional como uma *emoção criadora*, uma “[...] emoção que se prolonga em impulso do lado da vontade, e em representação explicativa na inteligência” (BERGSON, 2005b, p. 54).

Inspirados pela *Nova Teoria da Comunicação* (MARCONDES FILHO) e amparados pela filosofia bergsoniana, tratamos de (re)estabelecer um (re)encontro

entre *comunicação densa* e entendimento, dimensões que até o momento apresentamos separadas. A primeira operada pela *intuição*, a segunda pela inteligência; uma movida pela memória pura, como potência criativa; a outra pela memória do corpo/hábito, direcionada às execuções. Naturezas distintas, fenômenos diferentes, no entanto, sob nossa perspectiva, complementares. A compreensão que nos apresenta Bergson (1999), em seu pensamento sobre a memória, nos possibilita elucidar a indeterminação como onipresença nas relações, sejam elas operadas pela pragmática da inteligência ou pela experiência e atitude estéticas da *intuição*. Entretanto não versa sobre um predomínio das subjetividades do sujeito, frente às materialidades do mundo, mas de uma composição que se dá na relação, no *intervalo entre*, pelas imbricações que se estabelecem entre memória, afecção e percepção.

A filosofia bergsoniana nos permite compreender as condições da realidade como possibilidades indeterminadas, na medida em que propõe a compreensão da vida pelo movimento contínuo do tempo, constituído pelas heterogeneidades qualitativas, como apresentado anteriormente. Assim, sentimos, experienciamos e atuamos no mundo como seres de *duração*, é dizer, vivenciamos as relações com o nosso passado inteiro “interferindo” na efemeridade do presente que não cessa de passar, mas que, paradoxalmente, permanece em nossa *duração* enquanto potência virtual. Conforme já exposto, Bergson (1999) considera a realidade sobre duas dimensões, virtual e atual. A realidade virtual se encontra no tempo, não em uma cronologia específica, mas no tempo enquanto *duração (Aion)*, que irá se atualizar na relação ente Eu e o Mundo/Outro. Portanto, é somente no encontro, nessa relação, que as possibilidades da realidade virtual se atualizam em condições de entendimento ou em uma *emoção criadora*, que, sob nossa perspectiva, trata-se do *Acontecimento comunicacional*. Esta é a proposta de compreensão teórica que desenvolvemos a partir da (re)tecitura entre a *Nova Teoria da Comunicação* com a filosofia bergsoniana. Em seguimento, apresentamos este pensamento em um novo diagrama, ao (re)dimensionarmos a interface memória e comunicação (Figura 26).

Figura 26 – Diagrama Teórico: A *Paisagem* (re)dimensionada da interface memória e comunicação – Abordagem *vital*¹²⁰ da Comunicação



Fonte: Elaborado pela autora.

Esse diagrama representa a síntese do nosso pensamento, no qual (re)dimensionamos a memória na ontologia da comunicação. A partir da configuração desta proposta reiteramos que compreendemos a comunicação como criação, considerando-a não apenas como atualização da realidade, mas, também, como potência virtual da realidade. Assumimos, portanto, a abordagem *vital* da comunicação como um movimento contínuo e indeterminado pela experiência da alteridade, configurada pela onipresença da memória. A abordagem *vital* da comunicação prevê um esforço estético e pragmático, envolvendo diferentes

¹²⁰ Em referência ao conceito de *élan vital* do pensamento bergsoniano. “Trata-se de procurar em nós a verificação intuitiva, diretamente experimentada por nossa consciência, da relação observada na natureza entre a vida e seus efeitos, intuição da qual nossa inteligência poderá, portanto, tornar a partir, voltando então à analogia, para alcançar, de maneira desta vez inteiramente fundamentada o sentido da vida e de sua criação [...]” (WORMS, 2010, p. 231). Compreendemos, com esta reflexão, que a comunicação, enquanto uma experiência e atitude estética, vivida pela *intuição*, *Acontece* em relação com o entendimento, considerando sempre o movimento contínuo da vida, que passa, mas que permanece enquanto potência virtual do Ser que *dura*/memória, inserindo indeterminação na matéria a cada nova percepção.

dimensões/fenômenos, de naturezas distintas, para nos (re)colocarmos em relação – Eu/Outro. Assim, entre *Acontecimentos* e entendimentos há sempre o movimento recursivo e potencial de (re)encontros, transformações e criações, como possibilidades emergentes *entre* Eu e o Outro. Compreender a memória na ontologia da comunicação é considerar que o Acontecer comunicacional se dá no tempo (*Aion*), em um movimento contínuo, entre condições de alteridade e contingência, na vivência de cada experiência, que ao mesmo tempo em que se efetua no engendramento da percepção/afecção/memória, permanece enquanto potência na *duração* (*memória*).

Com a *abordagem vital* da Comunicação, propomos considerar que a comunicação *Acontece* pelo tempo, por isso não se define tão somente pela presença de materialidades, pelo presente, ou seja, pelo espaço. As materialidades são potências da/para a comunicação, pois possibilitam a expressão, em forma de linguagens e/ou artefatos, mas elas por si só não garantem a comunicação, que é um fenômeno indeterminado, estético, que pressupõe alteridade e a onipresença, portanto, da memória. Compreendemos que a *abordagem vital* da comunicação é um exercício que consubstancia matéria e espírito, possibilitando, assim, a unidade do *Acontecimento* comunicacional, enquanto uma *emoção criadora*.

Diante disso, desejamos acrescentar que “[...] a filosofia de Bergson é uma filosofia sem morte, porque a relação entre intuição e emoção dá conta de uma relação com o outro, sem reduzir esse outro a um objeto”¹²¹ (SCHICK, 2017, tradução nossa). A premissa de acolher o Outro, sem reduzi-lo a um objeto, permite (re)pensar a comunicação como um movimento de alteridade e criação, (in)determinado pela presença/atuação da memória.

Esta proposta não visa instrumentalizações e/ou prescrições, ela se configura enquanto um estudo ontológico, para compreendermos os meandros da imanência da comunicação. Pretendemos que este estudo, como um movimento teórico sobre (re)conhecer a memória na comunicação, possa auxiliar ao desenvolvimento de uma consciência sensível às organizações. Independente dos esforços empenhados em gerar determinadas significâncias, como as abordagens desenvolvidas e propostas pela memória organizacional (memória como dimensão de *estetização* da abordagem comunicacional), há sempre a possibilidade da indeterminação, que advém das singularidades do sujeito, que estabelece, ou não, relação com o Outro, sem poder

¹²¹ “[...] *la philosophie bergsonienne est une philosophie sans mort, parce que la relation entre intuition et émotion rend compte d’une relation avec l’autre sans réduire cet autre à un objet*”.

desconsiderar o seu passado por inteiro – memória/*duração*. Admitir essa condição, ao invés de encará-la como uma ameaça, pode ser uma nova sensibilidade às organizações para (re)pensar as relações de entendimento e a *comunicação densa*, transformando, por conseguinte, suas abordagens interpessoais.

O entendimento, vivido pela inteligência, se estabelece pela memória do corpo, facilitando os seus processos por meio de uma base de experiências prévias. A *comunicação densa*, vivida pela *intuição*, se configura pela memória pura, como potência virtual de criação. É importante observamos que mesmo diferentes, *comunicação densa* e entendimento engendram-se entre fenômenos e processos de efetuação e contraefetuação de sentidos (DELEUZE, 1999), ambos associados à memória e, portanto, atrelados às indeterminações interpostas pelas singularidades do sujeito. Sob essa perceptiva, compreendemos que nossa caminhada, sobre as trilhas da interface memória e comunicação, em *paisagens* distintas, (contexto organizacional e o ontológico) conduziram nossos passos rumo ao horizonte da alteridade.

6. Um caminho, duas *paisagens* – um possível relato¹²²

Quem viaja sem saber o que esperar da cidade que encontrará ao final do caminho, pergunta-se, como será o palácio real, a caserna, o moinho, o teatro, o bazar¹²³ (CALVINO, 1990, p. 16-17).

Quando assumimos esta pesquisa como um caminhar, dispostos a sentir e vivenciar esta experiência do (des/re)conhecimento, de certa maneira, admitimos a condição de caminhante errante pelas trilhas dos (des)saberes. Como andarilhos, a abordagem *metapórica* possibilitou traçarmos a trajetória desta pesquisa pelos (des)caminhos porosos da interface memória/comunicação. A nossa *paisagem*, inicial, definida pelo contexto organizacional, mais especificamente pela memória organizacional, foi reconfigurada, nos conduzindo a seguir rumo a um novo horizonte: (re)pensar a comunicação a partir de um (re)dimensionar da memória na ontologia da comunicação, desenvolvendo uma consciência sensível à alteridade e à contingência, como fundamentos das inter(relações) humanas, propondo, assim, uma abordagem *vital* da Comunicação. Acreditamos que esta é a nossa contribuição e, portanto, retomamos os passos que seguimos para o desenvolvimento desta pesquisa.

Realizamos um “mapeamento” entre os trabalhos publicados nos Anais de dois importantes congressos do campo da Comunicação no Brasil (*COMPÓS* e *INTERCOM*), buscando apreender iniciativas que revelassem intenções em estabelecer possíveis interfaces entre memória e comunicação. Para tanto, consideramos as duas *paisagens* desta pesquisa, o contexto organizacional e o epistemológico. Tal iniciativa revelou um panorama sobre essa abordagem na Área. Sob um contingente de 602 trabalhos reunidos, a intenção de constituir essa interface se fez presente em apenas 12 artigos, representando menos de 2% da produção, tendo em vista os trabalhos publicados nos Anais de dois GTs da *COMPÓS* e de dois GPs da *INTERCOM*.

De acordo com a organicidade desta pesquisa, realizamos esta investigação sob dois prismas. O primeiro voltado aos grupos de trabalho e pesquisa relacionados à comunicação no contexto das organizações e, posteriormente, aos grupos direcionados aos estudos epistemológicos e de teorias da Comunicação. No primeiro

¹²² Neste momento, realizamos uma retomada da nossa caminhada, como uma espécie de relato deste percurso de pesquisa. Portanto, a partir daqui alteramos o tempo verbal do texto para o passado.

¹²³ Trecho do livro *Cidades Invisíveis*.

enfoque, considerando pesquisa anterior¹²⁴, abarcamos, em nosso escopo, quatro anos 2017-2014¹²⁵, reunindo 238 trabalhos. Desse material, cinco artigos, publicados nos Anais da *INTERCOM*, manifestaram a intenção de interface, conforme o filtro de busca que estabelecemos: identificar a palavra memória no título e/ou resumo e/ou palavras-chave. Sob nossa perspectiva, foi possível evidenciarmos que os cinco trabalhos são estruturados sob o sentido da *comunicação funcional* (SODRÉ, 2014a), compreendendo a memória como um recurso para a comunicação, sob diferentes contextos e abordagens. No segundo, considerando a inexistência de estudo *a priori*, estabelecemos um recorte temporal mais extenso, composto por 11 anos (2017-2007), tendo em vista o GT *Epistemologia da Comunicação* (COMPÓS) e o GP *Teorias da Comunicação* (INTERCOM). Reunimos 364 trabalhos, e seguindo o mesmo padrão de busca, encontramos sete artigos. Dentre eles, seis publicados no GP *Teorias da Comunicação*, sendo que nenhum abordou a memória para (re)pensar o sentido da comunicação, conforme a nossa perspectiva. No GT *Epistemologia da Comunicação* identificamos um trabalho que traz a memória para o centro das reflexões sobre o estudo da Comunicação, considerando essa relação sob uma abordagem sistêmica.

Essa investigação manifestou-se como um caminho de possibilidades, aberto às explorações. O número de trabalhos, direcionados a estabelecer possíveis interfaces entre memória e comunicação, apresenta-se pouco expressivo no Campo. Todavia identificamos, nessa abordagem de interface, potencialidades para (re)pensarmos a Comunicação, sob uma vertente ainda a ser desbravada, conforme indicaram os números da pesquisa que realizamos. No entanto é necessário destacarmos o artigo de Marcondes Filho, publicado nos Anais do GT *Epistemologia da Comunicação* (COMPÓS), em 2012. Embora o autor não tenha apresentado a memória entre os filtros que definimos para busca, o resumo foi estruturado sobre dimensões, como percepção, afecção e intuição, que nos permitiram correlações com a memória, indicando a leitura do texto. Nele, o pesquisador abordou a memória no “momento da comunicação” (MARCONDES FILHO, 2012). Podemos dizer que a

¹²⁴ Estudo realizado sobre o *Estado da Arte da Pesquisa Brasileira em Comunicação sobre Memória Organizacional* (CRUZ, 2014a; 2014b; 2013).

¹²⁵ É importante relembrarmos que estes quatro anos contemplaram apenas o GT *Relações Públicas e Comunicação Organizacional* (INTERCOM), haja vista que o GT *Comunicação no Contexto das Organizações* (COMPÓS) esteve em atividade somente até 2014, estando presente em nossa pesquisa somente nesse ano.

leitura desse artigo foi uma *peripécia*¹²⁶ de nossa jornada, configurando-se num *Acontecimento*, um *momento mágico* para esta pesquisa. Transformados, portanto, seguimos a caminhar, compreendendo a comunicação como um fenômeno estético que se dá pelo espaço *entre*, que *Acontece* no sujeito, transformando seu pensamento.

Optamos por uma abordagem crítica, na medida em que assumimos o conhecimento como uma possibilidade reflexiva e compreensiva, intelectual e estética. Nesse sentido, enquanto sujeitos percipientes, cognoscentes e *intuitivos*, entendemos a importância das problematizações, propondo questionamentos às evidências que justificam as práticas, pensando no movimento da experiência sentida, permitindo que ela seja fagulha disruptiva, ao invés de nos conformarmos ao “aconchego” das delimitações estabelecidas. Essa investida vai ao encontro de reflexões críticas tecidas entre pesquisadores franceses sobre a temática da memória organizacional. D’Almeida (2014; 2012; 2004), Cousserand (2006), Tassel (2008), embora destaquem possíveis contribuições da memória à gestão, questionam as interfaces estabelecidas entre memória/história e comunicação. Tal postura é adotada, também, por Santos (2016), pesquisadora brasileira, que desenvolveu sua tese de doutoramento na França.

Assim, concentramos três Seções deste trabalho na busca sobre possíveis interfaces entre memória e comunicação no contexto das organizações, considerando a configuração estabelecida pelo nome de memória organizacional/empresarial/institucional. Primeiramente, dedicamos nossa atenção às produções acadêmicas, tendo em vista a abordagem de uma associação da Área, a *ABERJE*; uma pesquisa sobre o Estado da Arte da Memória Organizacional associada a demais artigos sobre a temática e a realização de uma pesquisa, tendo como escopo os Anais de dois importantes congressos do campo. No segundo passo, configurado pela terceira Seção, direcionamos nossas reflexões às práticas organizacionais, valendo-nos do recurso de exemplificações de determinadas ações das organizações, relacionadas à memória organizacional, considerando seus portais corporativos e produtos institucionais.

Diante desse trabalho, conforme os pressupostos teóricos assumidos, não foi possível identificarmos a interface memória e comunicação. A partir das reflexões

¹²⁶ Conforme o dicionário etimológico da língua portuguesa, *peripécia* é “lance em poema, drama etc., que muda a face das coisas’ ‘aventura’ Cp. Gr. *peripéteia*” (CUNHA, 2010, p. 490, grifos do autor).

realizadas, podemos dizer que a interface se estabelece sobre uma abordagem instrumental, baseada no paradigma informacional, na qual a memória se constitui enquanto um recurso à retórica da narrativa organizacional, sustentada pela vertente da *comunicação funcional* (SODRÉ, 2014a). Nesse sentido, constituímos a nossa quarta Seção, (re)dimensionando a memória organizacional como produtora de *narrativas representacionais*, baseadas em *memórias explícitas e implícitas*, revelando à memória uma dimensão de *estetização* da abordagem comunicacional.

As pesquisas sobre a memória organizacional, no campo da comunicação no Brasil, parecem desconsiderar as *contra tendências* paradigmáticas (SCROFERNEKER, 2012), em desenvolvimento na contemporaneidade, no pensamento da Comunicação no contexto das organizações. Além disso, em detrimento da eficácia dos processos de gestão, parecem desconsiderar a *complexidade* (MORIN, 2008) dos espaços organizacionais, enquanto lugares de “vivências/sobrevivências e/ou experiências, [...] de (in)comunicação” (SCROFERNEKER; AMORIM, 2016, p. 263), apresentando “fabulações” de sucessos ao recorrerem à *estetização* da abordagem comunicacional através da memória. Mas, se, por um lado, é importante reconhecermos as potencialidades que a memória possa apresentar à retórica das narrativas organizacionais; por outro, é essencial fomentarmos o pensamento crítico e problematizarmos configurações tautológicas, que reverberam o aspecto funcional da comunicação, com vista tão somente à eficácia, desconsiderando seu aspecto contingencial.

O investimento em *arquitetar lugares de memória* organizacional evidencia a intenção das organizações em afetar os públicos. Esse empenho é identificado pelos esforços em configurar novos formatos de narrativas, baseadas em histórias de vidas, nas afetividades que constituem as particularidades de cada experiência. Produtos e serviços são cingidos por uma aura sensível, na medida em que são apresentados pela fala testemunhal da vivência do sujeito. Configura-se a narrativa com enfoque na forma, pois ela pode ser capaz de abarcar as estruturas objetivas, preenchendo-as de sentidos, afetividades e emoções. Sob essa perspectiva, a memória organizacional sinaliza o propósito da organização em chamar as atenções para si, de tocar o Outro, de envolvê-lo, de despertar sentidos e identificações. No entanto parece delegar ao Outro um papel secundário nessa relação, como sujeito coadjuvante a reverberar os sentidos propostos pela organização. Estabelecem-se relações entre objetividades e

subjetividades sob um aspecto instrumental, no qual as subjetividades são incorporadas às objetividades como um recurso para afetar o sujeito.

Compreendemos, portanto, que o empenho em materializar *narrativas representacionais*, baseadas em *memórias explícitas e implícitas*, revela o interesse das organizações em estabelecer comunicação. No entanto consideramos que a relação que se constitui sobre comunicação, no contexto organizacional, é baseada na intenção em transmitir determinadas significâncias, atendendo aos interesses estabelecidos, *a priori*, pelas diretrizes organizacionais.

Entretanto, “disfarçados” de uma suposta comunicação afetiva, parecem apostar nas mesmas iniciativas de outrora, que buscavam, na memória, a legitimação, na “[...] tendência em reduzir o lugar de memória ao sítio topográfico e a entregar o culto da memória aos abusos da comemoração” (RICOEUR, 2007, p. 416). Essa, talvez, seja inclusive a intenção das organizações devido à configuração das estruturas socioeconômicas nas quais estão inseridas, pela competitividade entre as (re)configurações do mercado. Dessa forma, consideramos que a presença de abordagens críticas pode vir a reverberar questionamentos e, por conseguinte, readequações e reposicionamentos por parte das organizações. Assim como o desenvolvimento de novas possibilidades, de novos conhecimentos, podendo levar a outras abordagens, a reconfigurações sobre outras vias, despertando, nesse sentido, uma transformação de consciência.

A *paisagem*, desvelada pelo contexto organizacional, evidencia a *emergência da memória* (HUYSEN, 2000) como um recurso atrativo às narrativas organizacionais, na medida em que é, recorrentemente, como recurso para a comunicação, enquanto potência à gestão. A avaliação desse cenário parece ser quase um consenso entre as discussões do mercado e da Academia. Entretanto não identificamos uma abertura à comunicação, com todas as suas incertezas e singularidades que lhe são imanentes. Prevalece, assim, a tentativa de ordem, de controle, de transmissão de determinados sentidos, de propagação de significâncias, mantendo-se fechada à alteridade. A mudança de abordagem, portanto, não representa uma transformação paradigmática, ao contrário, criam-se novos instrumentos conforme a emergência de novas exigências. Esta foi a mirada que nos levou a esboçar nosso caminhar sobre outra *paisagem*, em busca de (re)dimensionar a memória na ontologia da comunicação, para além de uma abordagem instrumental.

A nosso ver, a memória pode ser compreendida como uma dimensão do fenômeno comunicacional, ao invés de apreendê-la como um recurso “[...] a serviço da produção de um novo tipo de identidade coletiva e de controle social” (SODRÉ, 2006, p. 51). A relação que se configura entre memória e comunicação no contexto das organizações, no Brasil, parece não considerar os possíveis excessos de memória, seus usos e abusos (RICOEUR, 2007). Ao refletirmos sobre as práticas da memória organizacional, apelando a diferentes exemplos, evidenciamos a recorrência desses usos/abusos da memória para a configuração de uma narrativa autolaudatória, exaltativa, comemorativa e plural, com vistas à unificação de um discurso, instrumentalizando o sensível (SODRÉ, 2006), em busca de identificações, prestígio e legitimação. Entendemos que essas questões necessitam ser exploradas no Campo, afinal, a memória organizacional, como facilitadora de informações, pode assumir dimensões éticas, políticas e estéticas. Para tanto, ressaltamos, como futuras possibilidades de pesquisas, a importância de estudos que recorram a inter, multi e/ou transdisciplinaridade, estabelecendo um diálogo entre a Comunicação com as Ciências da Informação, a História, a Memória Social entre outras áreas do conhecimento, para o desenvolvimento de reflexões críticas e propositivas.

Nesse panorama, visualizamos possibilidades profícuas de estudos voltados à interface memória e informação. (Re)pensar a memória organizacional, sob essa perspectiva, pode vir a contribuir com os processos de gestão da organização, bem como assumir valores para o bem público, à transparência das informações e ao fomento à pesquisa¹²⁷, sobre diferentes aspectos. A constituição dessas premissas poderá dar à memória organizacional a dimensão de *lugar de memória*, como propunha Pierre Nora (1993), *lugares* abertos à criticidade. Ressaltamos, ainda, que essa compreensão, sobre a memória organizacional, pode transformar abordagens *estetizantes* em uma configuração de abertura/encontro para o *diálogo dialógico* (FLORCZAK, 2016) entre a organização/sujeito – sujeito/organização, considerando a memória como as singularidades manifestadas no diálogo, ao invés de um recurso a ser operacionalizado para a *estetização* da relação. Seguimos o caminho, entretanto, foram necessários alguns *paradouros* e outros movimentos nesse percurso, desenvolvido na quinta Seção deste trabalho.

¹²⁷ A partir da constituição e disponibilização de acesso aos arquivos organizacionais.

Iniciamos esta *paisagem* retomando o pensamento de Marcondes Filho, expondo de maneira mais detalhada os pressupostos na *Nova Teoria da Comunicação*. Dessa forma, passamos a delimitar nossa trajetória sob os meandros ontológicos da comunicação, esse instante incorpóreo que arrebatava o sujeito. Essa especificidade tão fugidia do *Acontecimento* comunicacional nos levou a refletirmos sobre diferentes dimensões temporais, que apresentamos em associações metafóricas com a mitologia grega, por meio de representações artísticas.

O propósito de (re)pensar a interface memória e comunicação nos exigiu buscar novos sentidos e ressignificações à memória, para além das discussões estabelecidas pela História. Para tanto, sob nossa perspectiva, fazia-se necessário compreender a memória como dimensão humana, antes de seus aspectos sociais.

Assim, nos aventuramos sobre as trilhas da filosofia bergsoniana, que traz a memória para o centro das suas reflexões sobre a vida, sobre como atuamos, vivemos e nos relacionamos com o mundo. Alvo de muitas críticas¹²⁸, mas também de grandes reconhecimentos¹²⁹, o pensamento do filósofo, entre abordagens metafísicas, psicológicas, biológicas, sociais e políticas, concentrou-se, a partir das nossas interpretações, sobre as condições e possibilidades da experiência humana.

O pensamento bergsoniano versa sobre a dualidade *duração* e espaço, constituindo, assim, a unidade da vida. Portanto, a explicação desse pensamento foi um dos *paradouros* que propomos nesta *paisagem*. As reflexões tecidas nos permitiram compreender que somos seres de inteligência, voltados a “[...] objetivos a serem alcançados, isto é, pontos de repouso” (BERGSON, 2005a, p. 324), mas, também, somos seres de *intuição*, de movimento contínuo. Em termos de condições, somos capazes de estabelecer relações de entendimento, ao buscarmos, por meio da linguagem, “[...] estabelecer comunicação com vista a uma cooperação” (BERGSON, 2006, p. 90). Nossas condições, movidas pela inteligência prática, nos permitem contar com a previsibilidade, “[...] esclarecer nossa conduta, preparar nossa ação sobre as coisas, prever [...] os acontecimentos favoráveis ou desfavoráveis que possam ocorrer” (BERGSON, 2005a, p. 32). É, portanto, pelas nossas condições, promovidas pela inteligência, que podemos nos (re)organizar enquanto estruturas

¹²⁸ Principalmente direcionadas às suas reflexões sobre o processo evolutivo da humanidade, ao dissertar sobre as dimensões de instinto e inteligência. “[...] pelo fato de parecer conceder ao instinto o que recusava à inteligência, e assim querer nos conduzir às abelhas ou às formigas, como sustentava Russell” (WORMS, 2010, p. 243).

¹²⁹ Bergson foi Prêmio Nobel de Literatura, em 1927 (WORMS, 2010).

sociais/organizacionais, buscando atingir determinados fins, baseados em relações de entendimento. No entanto, como possibilidades, transformamos e criamos premissas que não emergem de um processo indutivo e/ou analítico, mas de uma experiência estética. Sentimos e, portanto, (re)agimos. Essa (re)ação pode passar por um intervalo de hesitação, no qual suspendemos a realização automatizada, prática, no qual somos capazes de indeterminar o determinado.

É sob essa perspectiva que podemos compreender que a comunicação vai além das premissas da cooperação, embora ela seja essencial para a manutenção da vida e de suas estruturas. A comunicação é transformação, é uma *emoção criadora* que afeta o sujeito pela alteridade da percepção, constituindo um *intervalo entre*, possibilitando um hiato de indeterminação que, preenchido pela memória, transforma nossas dimensões de possíveis condições em um multiverso de possibilidades. Os estudos metafísicos e biológicos de Bergson, sobre as inter-relações entre percepção, afecção e memória, bem como as diferenças/complementariedades entre inteligência e *intuição*, nos permitiram seguir um caminho sobre a diferenciação dos processos de entendimento e o *Acontecimento* do fenômeno comunicacional. Acreditamos que nossa ousadia, em promover um novo (re)encontro da *Nova Teoria da Comunicação* com a filosofia bergsoniana, possibilitou, entre tantos desafios, (re)dimensionarmos a memória na ontologia da comunicação. Nesse (re)tecer compreendemos que a memória é potência evocada e (re)significada em cada detalhe vivido, agindo na execução dos entendimentos, através das experiências prévias, mas, também, como potência criativa à transformação. A memória atua, portanto, enquanto expressão das singularidades do sujeito no encontro entre Eu e o Outro, promovendo transformações na realidade, como potência atual e virtual no movimento contínuo da vida.

A memória é a potência virtual do sujeito na relação. No entanto a sua atualização, enquanto criação, se manifesta pela alteridade, na *comunicação simpática* (BERGSON, 2005a) com a experiência, conduzida pela *intuição*. Uma experiência, fundamentada na alteridade, pressupõe uma atitude estética, é dizer, uma disponibilidade para *sentir com* e ser acometido pelo arrebatamento do *Acontecimento* (MARCONDES FILHO, 2013a; 2010b). Sob nossa perspectiva, trata-se de uma relação dialógica entre atitude e passividade, uma dualidade que permite a unidade da *comunicação simpática*, fundando a integralidade da experiência estética, como um fenômeno comunicacional.

A memória, na ontologia da comunicação, possibilitou o (re)encontro entre as *paisagens* que compuseram esta caminhada, como se fossem (re)tecidas de maneira caleidoscópica. Por nossos passos, poros e miradas, apresentamos um (re)pensar sobre as relações de entendimento e *comunicação densa*, propondo, pelas vias da memória, uma nova consciência ao contexto organizacional. Ao apresentarmos a memória na ontologia da comunicação, desenvolvemos uma proposição teórica, que denominamos abordagem *vital* da comunicação, que se configura enquanto um movimento contínuo e indeterminado na experiência da alteridade, pela onipresença da memória. O caminho que traçamos nos permite defender a tese que as interfaces entre memória e comunicação podem se estabelecer além de uma relação transmissiva e instrumental, na medida em que compreendemos a memória na ontologia da comunicação, envolvendo um *Acontecimento*, um entendimento, um movimento *vital* indeterminado.

O pensamento filosófico pode parecer distante da realidade orgânica e funcional das organizações. A linguagem, por vezes, rebuscada e metafórica da Filosofia pode ser outro fator de distanciamento. Entretanto pode se configurar como uma alternativa aos estudos focados nas premissas do “como fazer” e “como aplicar”, direcionados ao controle e a eficácia. Ao assumirmos que as organizações são ambiências *complexas*, estamos cientes que qualquer aplicabilidade não está determinada *a priori*. No momento em que acolhemos as incertezas, a investida filosófica pode ser um caminho profícuo à Comunicação, na construção de outros (re)conhecimentos e possibilidades às abordagens comunicacionais no contexto das organizações, desenvolver essas vias é o desafio que permanece para futuras investidas.

Ao iniciarmos uma jornada quase sempre escolhemos um destino, entretanto, por diversas vezes, acabamos por redirecionar rotas, fascinados pela beleza de *paisagens* inesperadas. O mais interessante do périplo não é sua chegada, mas seu decorrer, que tantas vezes possibilita ramificações que nos fazem seguir trilhas inimagináveis. Um mesmo percurso, duas *paisagens* e diferentes “trechos”, alguns mais longos, outros mais curtos, alguns de fácil caminhar, outros de terreno íngreme e pedregoso, que desafiam o caminhante e o fazem (re)pensar. Levar adiante a trajetória, independente do esforço e da(s) rota(s) escolhida(s), pode indicar a existência de novas estradas, ramificações e *paisagens*. Esperamos que esta jornada possa instigar novos caminhares. Quanto a nós, seguimos em busca...

REFERÊNCIAS

ABERJE. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/institucional/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

AKTOUF, Omar. *A Administração entre a Tradição e a Renovação*. São Paulo: Atlas, 1996. 269 p.

ALMEIDA, Maria da Conceição de. Introdução: Mapa inacabado da complexidade. In. SILVA, Aldo da; GALENO, Alex (Org.). *Geografia: Ciência do Complexus*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008, p. 09-41.

ANDREONI, Renata C. de S. C. *Proposta teórico-conceitual da Memória Empresarial: um caminhar de potencialidades*. 2013. 163 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

_____; GOMES, Victor M. L. R. Comunicação organizacional: mobilizando a memória para a prática da estratégia. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 9, n. 16, p. 74-83, 2012.

AMADO, Gilles. A vida psíquica nas organizações: entre Eros e Tântatos. In. CHANLAT, Jean-François; FACHIN, Roberto; FISCHER, Tânia (Orgs.). *Análise das organizações: Perspectivas Latinas – poder, cultura, subjetividade e vida simbólica*. v. 2. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2007, p. 121-136.

AUGÈ, Marc. *Por uma antropologia da mobilidade*. Maceió: Editora Unesp/UFAL, 2010. 109 p.

_____. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994. 111 p.

BARBOSA, Andréia A. *Ambiências memórias no ciberespaço: portais corporativos como lugar de memória*. 2015. 348 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

BARRENECHEA, Miguel Angel de. (Org). *As dobras da memória*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008. 203 p.

BARROS, Lann Mendes de. Experiência estética: comunicação sem anestesia. *Compós*, 25, 2016, Goiânia. *Anais...*, 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/laanxxvcomposcomautor_3301.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2017.

BARROS, Mariana. Análise da Operação Lava Jato a Luz dos Conceitos da Governança Corporativa. In: Anais do XI Congresso Nacional de Excelência em Gestão, XI, 2015, Rio de Janeiro. *Anais...*, 2015, p. 1-14. Disponível em: <http://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_149_2.pdf>. Acesso em 10 de jan. 2018.

BATAILLE, Georges. *O erotismo*. Porto Alegre: L&PM, 1987. 260 p.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulações*. Lisboa: Relógio d'água, 1991. 201 p.

BENITO JR, Eugênio. A ética, o caos e a felicidade. In: *Ide* (São Paulo), v. 35, n. 54, São Paulo, jul. 2012. P@PSIC - Periódicos Eletrônicos em Psicologia Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0101-31062012000100006&script=sci_arttext>. Acesso em: 12 set. 2016.

BERGSON, Henri. *O pensamento e o movente*. São Paulo: Martins Fontes, 2006. 297 p.

_____. *A evolução criadora*. São Paulo: Martins Fontes, 2005a. 398 p.

_____. *Duas fontes da moral e da religião*. Coimbra: Livraria Almedina, 2005b. 264 p.

_____. *Matéria e Memória: Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 291 p.

_____. *Ensaio sobre os dados imediatos da consciência*. Lisboa: Edições 70, 1988. 164 p.

BIBLIOTECA DIGITAL BNDES. *Livro online BNDES: um banco de história e de futuro*. 2012, p. 201-203-204. Disponível em:

<file:///C:/Users/Cliente/Downloads/BNDES_um_banco_de_historia_e_do_futuro_A_P_BD.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2018.

BIGHETTI, Wanessa Valeze Ferrari. Memória Organizacional e o consumo dos jovens: pistas sobre um relacionamento em construção. In: INTERCOM, 26, 2016, São Paulo, *Anais...*, 2016, p. 1-15. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/lista_area_DT3-CO.htm>. Acesso em: 04 jan. 2018.

_____; ANDRELO, Rosane. Uso da internet para consolidação da democracia por meio da preservação da memória de entidades públicas: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil. In: INTERCOM, 24, 2014, São Paulo, *Anais...*, 2014, p. 1-15. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/lista_area_DT3-CO.htm>. Acesso em: 04 jan. 2018.

BNDES. *50 anos de desenvolvimento BNDES*. São Paulo: DBA, 2002. 225 p.

BÖLTING, Rudolf. *Dicionário Grego-Português*. Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1953. 668 p.

BRAGA, José L. Interação como contexto da comunicação. *Matrizes*, São Paulo, v.6, n. 1-2, p. 25-41, jul./dez., 2012. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/48048/51802>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

_____. Nem rara, nem ausente – tentativa. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 65-81, jul./dez. 2010. Disponível

em:<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/view/7466/6865>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

BUBER, Martin. *Eu e Tu*. 8. ed. São Paulo: Centauro, 2001. 169 p.

BUENO, Wilson da Costa. Quando a prática briga com a teoria e o discurso. In: SCROFERNEKER, Cleusa M. A (Org.). *De qual Comunicação Organizacional estamos falando?* Porto Alegre: Edipucrs, 2015. p. 126-140.

_____. *Comunicação empresarial: teoria e pesquisa*. Barueri: Manole, 2003. 246 p.

BUSSARELLO, Raulino. *Dicionário básico Latino-Português*. 4. ed. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 1998. 274 p.

CABRAL, Ligia M. M. Eletrobrás – Candiota, 40 anos de eletricidade a carvão. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 71-80.

CALVINO, Ítalo. *Cidades Invisíveis*. Tradução Diogo Mainardi. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. 152 p.

CANDAU, Joël. *Memória e Identidade*. São Paulo: Contexto, 2014. 219 p.

CASTELLANO, Sandra. PFIZER – 50 anos Pfizer Brasil. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 43-52.

CEGALLA, Domingos Paschoal. *Novíssima gramática da língua portuguesa: com numerosos exercícios*. 22. ed. São Paulo: Ed. Natural, 1981. 439 p.

CENTRO DE MEMÓRIA BUNGE. *Normas de Utilização*. 2018. Disponível em: <<http://www.fundacaobunge.org.br/acervocmb/sobre/normas-de-utilizacao/>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

_____. *Documentos Históricos*. Disponível em: <<http://www.fundacaobunge.org.br/acervocmb/documentos-historicos/>> Acesso em: 16 jan. 2018.

_____. *Como trabalhamos*. Disponível em: <<http://www.fundacaobunge.org.br/acervocmb/sobre/como-trabalhamos/>> Acesso em: 16 jan. 2018.

CHANLAT, Jean-François. Por uma antropologia da condição humana nas organizações. In: TORRES, Ofélia L. S. *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1993. p. 21-45.

CHARTIER, Roger. *A Beira da Falésia: A História entre certezas e inquietudes*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2002. 276 p.

CIOCCARI, Deysi. Operação Lava Jato: Escândalo, Agendamento e Enquadramento. In: *Revista do Grupo de Estudos Alteior: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP)*, São Paulo, v. 2, n. 6, p. 58-78, jul./dez. 2015. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/102147>> Acesso em 10 de jan. 2018.

COGO, Rodrigo Silveira. *Da memória ao storytelling: em busca de novas narrativas organizacionais*, 2012. 278 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

COUSSERAND, Isabelle. *Les représentations du passé dans les organisations*. 2006. 407 f. Tese (Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication) – Université Bordeaux Montaigne – Bordeaux, 2006.

CRUZ, Lucia Santa. Memória e comunicação organizacional no Brasil: interfaces. *Organicom*, São Paulo, v. 11. n. 20, p. 177-188, 2014a. Disponível em:

<<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/699/549>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

_____. Inventários: o lugar da memória organizacional na pesquisa em Comunicação no Brasil. Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, 4, 2014, São Paulo. *Anais...*, 2014b. Disponível em: <http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/links/GT07.html>. Acesso em: 10 jun. 2015.

_____. Estado da arte da pesquisa brasileira em comunicação sobre memória organizacional. *Comunicologia*, Brasília, v. 6, n. 2, p. 113-144, jan./jul. 2013. Disponível em: <<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/5282>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

CUNHA, Antônio G. da. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. 4. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010. 744 p.

CUNHA, Karenine M. R. da. *Entre Hermes e Poisedon: o jornalista na Teoria do Acontecimento Comunicacional*. 2013. 151 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 2013.

CURVELLO, João J. A. Comunicação Organizacional, um campo em crescimento. *Comunicologia*, Brasília, v. 7, n. 2, p. 349-367, 2014.

_____. Os estudos de Comunicação Organizacional e as novas abordagens sistêmicas. *Intercom*, 32, 2009a, Curitiba. *Anais...*, 2009a. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/busca.htm?query=curvello>>. Acesso em: 5 dez. 2015.

_____. A Comunicação Organizacional como fenômeno, como processo e como sistema. *Organicom*, São Paulo, v. 6, n. 10/11, p. 109-114. Edição Especial. 2009b. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/193/293>>. Acesso em: 3 dez. 2015.

D'ALMEIDA, Nicole. O estatuto do sujeito em organização. In: MARQUES, Ângela C. S. M.; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (Orgs.) *Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas*. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas/UFMG, 2015, p. 18-25.

_____. Memória Organizacional, narrativa de uma experiência bem-sucedida ao longo do tempo. *Organicom*, São Paulo, v. 11, n. 20, p. 149-156, 2014. Disponível em: <<file:///C:/Documents%20and%20Settings/HOME/Meus%20documentos/Downloads/696-1922-1-PB.pdf>>. Acesso em: set. 2014.

_____. *Les promesses de la communication*. 2. ed. Paris: PUF. 264 p.

_____. Les organisations entre récits et médias. *Canadian Journal of Communication Corporation*, v. 29, n. 1, p. 25-46, 2004. Disponível em: <<http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1402/1493>>. Acesso em: 10 mai. 2017.

DECCA, Edgar Salvadori. Memória e Cidadania. In: *O Direito à Memória: Patrimônio Histórico e Cidadania*. São Paulo: Departamento do Patrimônio Histórico da Prefeitura do Município de São Paulo, 1992. p. 129-136.

DELEUZE, Gilles. *Lógica do Sentido*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2015. 360 p.

_____. *Bergsonismo*. São Paulo: Editora 34, 1999. 141 p.

_____; GUATARRI, Félix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. v. 5. São Paulo: Editora 34, 1997. 264 p.

DUFRENNE, Mikel. *Estética da Filosofia*. São Paulo: 2004. 266 p.

ENRIQUEZ, Eugène. Estruturas de legitimidade das organizações, modelos de gestão e ações dos sujeitos individuais e coletivos. In: CHANLAT, Jean-François; FACHIN, Roberto; FISCHER, Tânia (Orgs.). *Análise das organizações: Perspectivas Latinas – Poder, Cultura, subjetividade e vida simbólica*. v. 2. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2007, p. 137-151.

FLORCZAK, Rosângela. Dimensões possíveis para o Diálogo na Comunicação Estratégica: tecituras e religações entre o Relatório de Sustentabilidade e as Mídias Sociais da Vale. 2016. 200 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

FUNDAÇÃO BUNGE. 2014. Disponível em:

<http://www.fundacaobunge.org.br/novidades/novidade.php?id=14364&rede_de_centros_d_e_memoria_empresarial_realiza_primeiro_encontro_de_2014>. Acesso em: 20 nov. 2017.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 13. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998. 295 p.

FREIRE, Paulo; HORTON, Myles. *O caminho se faz caminhando: conversas sobre educação e mudança social*. Petrópolis: Vozes, 2003. 229 p.

GAILLEMIN, Jean-Louis. *Dalí – El gran paranoico*. Barcelona: Blume, 2011. 159 p.

GALEANO, Eduardo. *Amares – Antologia de relatos*. 2. ed. Madri: Alianza Editorial, 2000. 262 p.

GLEIZER, Marcos A. *Espinosa & a Afetividade Humana*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005. 69 p.

GLOOR, Leonardo. Fundação Belgo – Projeto Memória. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 53-61.

GOMES, Victor M. L. R. *Uma leitura comunicacional da estratégia na perspectiva sistêmico-discursiva*. 2014. 225 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

GUTTILLA, Rodolfo Witzig. Prefácio. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004.

HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Ed. Vértice, 1990. 222 p.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. 133 p.

HARTOG, François. Tempo e Patrimônio. *Varia História*, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, jul./dez. 2006. p. 261-273.

HELLER, Thomas; HÜET, Romain; VIDAILLET, Bénédicte (Eds). *Communications & Organisation: perspectives critiques*. Villeneuve d'Ascq: Septentrion, 2013. 444 p.

HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000. 116 p.

JORON, Philippe. Georges Bataille e a comunicação soberana. *Famecos*, v. 15, n. 35, p. 22-30, abr. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4084/3093>>. Acesso em: 4 out. 2016.

KERBER, Alessander M.; OTT, Fernanda. A construção da história e da memória em empresas privadas no Brasil dos anos 1900 e 2000. *Esboços*, Florianópolis, v. 21, n. 31, p. 219-235, ago. 2014.

KOSELLECK, Reinhart. *Futuro passado*. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2003. 366 p.

KUNSCH, Margarida M. K. Comunicação Organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). *Comunicação em interface com cultura*. v. 1. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2013. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2013. p. 129-152.

LE GOFF, Jaques. *História e Memória*. Campinas, Editora Unicamp, 2003. 254 p.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo – viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. 467.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das letras, 2007. 402 p.

_____. *Tempos Hipermodernos*. São Paulo. Barcarolla, 2004. 136 p.

LLOYD, Geoffrey Ernest. O tempo no pensamento grego. In: RICOEUR, Paul. (Org.). *As Culturas e o Tempo: estudos reunidos pela Unesco*. Petrópolis: Vozes, 1975. p. 136-149.

LOPES, Paulo Roberto M. Economia, abundância e diversidade: da avaliação qualitativa nos processos comunicacionais. *Compós*, 23, 2014, Belém. *Anais...*, 2014. Disponível em: <http://www.compos.org.br/anais_texto_por_gt.php?idEncontro=MjM=>. Acesso em: 12 nov. 2017.

LOUREIRO, Simone P. Petrobras – Projeto Memória dos Trabalhadores. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 63-70.

MACHADO, José Pedro. *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*. 4. ed. Lisboa: Livros Horizonte, 1987. 287 p.

MACIEL JR, Auterives. A memória cósmica e a emoção criadora. In: BARRENECHEA, Miguel Angel de. (Org). *As dobras da memória*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008. p. 67-77.

MADERUELO, Javier. Paisaje: un término artístico. In. BULHÕES, Maria Amélia; KERN, Maria Lúcia (Orgs.) *Paisagem: Desdobramentos e Perspectivas Contemporâneas*. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2010. p. 13-36.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo retorna: formas elementares da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012. 126 p.

_____. *O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. São Paulo: Zouk, 2003. 200 p.

_____. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis: Vozes, 1998. 207 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O rosto e a máquina: o fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico: nova teoria da comunicação*, v. 1. São Paulo: Paulus, 2013a. 176 p.

_____. Um autômato espiral pode ser forçado a pensar? Reflexões sobre a capacidade de avaliar os efeitos da comunicação nos outros. *Compós*, 22, 2013b, Bahia. *Anais...*, 2013b. Disponível em: <http://compos.org.br/data/biblioteca_2051.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2016.

_____. A comunicação no sentido estrito e o Metáporo: ou porque a Nova Teoria não é estudo de recepção, etnografia nem tem a ver com Edgar Morin. *Compós*, 21, 2012, Juiz de Fora. *Anais...*, 2012. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1873.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2016.

_____. Duas doenças infantis da comunicação: a insuficiência ontológica e a submissão à política. *Matrizes*, v. 5, n. 1, p. 169-178, jul./dez. São Paulo: 2011. Disponível em: <<http://revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/38314/41160>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

_____. *O princípio da razão durante: comunicação para os antigos, a fenomenologia e o bergsonismo: nova teoria da comunicação III: tomo I*. São Paulo: Paulus, 2010a. 254 p.

_____. *O princípio da razão durante: o conceito de comunicação e a epistemologia metapórica: nova teoria da comunicação III: tomo V*. São Paulo: Paulus, 2010b. 389 p.

_____. *Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria*. São Paulo: Paulus, 2008. 172 p.

_____. *O escavador de silêncios: formas de construir e de desconstruir sentidos na comunicação: nova teoria da comunicação II*. São Paulo: Paulus, 2004. 572 p.

MARQUES, Ângela C. S. Relações entre comunicação, estética e política: uma abordagem pragmática. *Compós*, 20, 2011, Porto Alegre. *Anais...*, 2011. Disponível em: <http://www.compos.org.br/anais_texto_por_gt.php?idEncontro=MjA=>>. Acesso em: 13 out. 2017.

MELLO, Flávia Barroso de. Reforma urbana do Porto Maravilha: memória e identidade nas narrativas para a construção da “marca Rio”. In: INTERCOM, 27, 2017, Curitiba, *Anais...*, 2017, p. 1-15. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista_area_DT3-CO.htm>. Acesso em: 04 jan. 2018.

MELO, Danilo A. S. *Memória Social e Criação: uma abordagem para além do modelo da representação*. 2010. 236 f. Tese (Doutorado em Memória Social) – Centro de Ciências Humanas e Sociais, UNIRIO, Rio de Janeiro, 2010.

MEMÓRIA & IDENTIDADE. 2013. Disponível em: <<http://www.memoriaeidentidade.com.br/conceitos-e-praticas/memoria-empresarial/>>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

MENDONÇA, Constantino. Souza Cruz – O cigarro e a responsabilidade social. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 105-112.

MENEZES, Edna Matsunaga de. *Estruturação da memória organizacional de uma instituição em iminência de evasão de especialistas: um estudo de caso da conab*. 2006. 118 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Conhecimento e da Tecnologia da Informação) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *A fenomenologia da percepção*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 662 p.

MICHEL, Margareth O. de; MICHEL, Jerusa O. de; PORCIÚNCULA, Cristina G. da. A memória organizacional – um estudo sobre vários enfoques: Estudo de caso – Farmácia Natura e o Museu Farmacêutico Moura em Pelotas. INTERCOM, 25, 2015, Rio de Janeiro, *Anais...*, 2015, p. 1-15. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_DT3-CO.htm>. Acesso em: 04 jan. 2018.

MORA, José Ferra Ter. *Dicionário de Filosofia*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1978. 302 p.

MORIN, Edgar. *Ensinar a Viver: Manifesto para mudar a educação*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015a. 183 p.

_____. *O Método 3: o conhecimento do conhecimento*. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015b. 286 p.

_____. *O Método 1: a natureza da natureza*. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013. 479 p.

_____. *Introdução ao Pensamento Complexo*. 5. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2008. 177 p.

MUSEU DA PESSOA. *Linhas de Ação*. 2018. Disponível em: <<http://www.museudapessoa.net/pt/entenda/linhas-de-acao>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

_____. 2018. Disponível em: <<http://www.museudapessoa.net/pt/entenda/linhas-de-acao/memoria-empresarial>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

NASCENTES, Antenor. *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Acadêmica, 1955. 534 p.

NASSAR, Paulo. Revendo valores no ambiente organizacional. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). *Comunicação em interface com cultura*. v. 1. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2013. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2013. p. 153-162.

_____; COGO, Rodrigo. Memória e Narrativa Organizacional como expressões da cultura organizacional: o poder do *storytelling*. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). *Comunicação em interface com cultura*. v. 1. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2013. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2013. p. 85-100.

_____; _____. A História e a Memória na Comunicação Organizacional: um estudo da narrativa da experiência para atratividade dos públicos. *Animus*, Santa Maria, v. 10, n. 19, p. 1-19, 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/animus/issue/view/189>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

_____. *Relações Públicas e História Empresarial no Brasil*. 2006. 237 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 2006.

_____. (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje, 2004. 126 p.

NATURA. *Memória Viva Natura*. 2018. Disponível em: <<http://www2.natura.net/web/br/foryou/hotsites/memoriaviva/index.html>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: *Revista Projeto História*. São Paulo, n. 10, p. 7-28, dez./1993. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101/8763>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

ODEBRECHT. *Linha do Tempo* (2010). 2014. Disponível em: <<https://www.odebrecht.com/pt-br/organizacao-odebrecht/historia>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

OLIVEIRA, Danielle N. de. *Poros – ou passagens da comunicação*. 2006. 136 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 2006.

OLIVEIRA, Ivone. de L.; Paula, Carine. F. C. Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentidos. Oliveira, Ivone. de L.; Soares, A. T. *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, 91-108.

PEREIRA, Marcos V. Escola e estetização: possíveis aproximações. *Diálogos Latinoamericanos*, Dinamarca, n. 23, p. 150-163, dez. 2014. Disponível em: <http://www.red-redial.net/revista-dialogos,latinoamericanos-274-2014-0-23.html>. Acesso em: 10 nov. 2017.

_____. Contribuições para entender a experiência estética. *Revista Lusófona de Educação*, Lisboa, v. 18, n. 18, p. 111-123, 2011. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/rleducacao/issue/view/201>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

PIMENTA, Francisco J. Paoliello. Indeterminação; o “Admirável”; a Crescente Comunicabilidade. *Revista Famecos*, Porto Alegre. v. 16. n. 38, p. 37-43, abr. 2009. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5299>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

PINTO, Morrato C. Débora. Os sentidos de Bergson. In: *Revista USP*, São Paulo. N. 92, p. 220-226, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/34994>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. In: *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro. v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

PONCE, Branca Jurema. O Tempo no Mundo Contemporâneo: o tempo escolar e a justiça curricular. In: *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 41, n. 4, p. 1-20, out./dez. 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/2175-623660533>>. Acesso em: 6 ago. 2016.

PONCHIROLLI, Osmar. A teoria da complexidade e as organizações, Curitiba, v. 7, n. 22, p. 81-100, set./dez. 2007. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/dialogo?dd1=1575&dd99=view&dd98=pb>>. Acesso em: 7 jan. 2015.

PORTAL FOLHA DE SÃO PAULO. 2018. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/01/1954688-marcelo-odebrecht-descumpre-bloqueio-de-bens-diz-tcu.shtml>> Acesso em: 7 de Fev. 2018.

PORTAL TERRA. 2015. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/brasil/lava-jato-entenda-o-grupo-odebrecht-e-sua-relacao-com-a-petrobras,b3211ca766a146882add940914aa824ca2zqRCRD.html>>. Acesso em: 10 de jan. 2018.

PORTELLI, Alessandro. O que faz a História Oral Diferente. In: *Projeto História*, São Paulo, v. 14, fev. 1997. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/11233/8240>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

PROUST, Marcel. *Em busca do tempo perdido: no caminho de guermantes*. v. 3. São Paulo: Globo, 2007. 687 p.

_____. *Em busca do tempo perdido: no caminho de swann*. v. 1. 3. ed. São Paulo: Globo, 2006. 558 p.

PUENTE, Fernando Rey. *Ensaio sobre o tempo na filosofia antiga*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=JTjQCwAAQBAJ&pg=PA45&lpg=PA45&dq=As+Culturas+e+o+Tempo:+estudos+reunidos+pela+Unesco&source=bl&ots=I9cNQHW_Su&sig=H3CI2erJeGxd6sPIF8Nk7Is5k80&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiyhd357KDQAhVflmMKHcXTD_YQ6AEIRDAJ#v=onepage&q=As%20Culturas%20e%20o%20Tempo%3A%20estudos%20reunidos%20pela%20Unesco&f=false>. Acesso em: 28 ago. 2016.

QUINTANA, Mario. *Canções*. Porto Alegre: Globo, 2005. 83 p.

REVISTA CULT. 2018. Disponível em:< <https://revistacult.uol.com.br/home/entrevista-frederic-worms/>>. Acesso em: 25 jan. 2018.

RIBEIRO, Emiliania P. Micronarrativas Afetivas: o tocar pelo invisível para uma comunicação visível. Intercom, 35, 2013, Manaus. *Anais...*, 2013. Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1231-1.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2015.

RICCI, Isabel. Ultragaz – Projeto Espaço do Conhecimento. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*, São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 81-88.

RICOEUR, Paul. *A memória, a história, e o esquecimento*. Campinas: Unicamp, 2007. 535 p.

ROSSETTI, Regina. A linguagem como mediação da intuição. *Compós*, 16, 2007, Curitiba. *Anais...*, 2007. Disponível em: <<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/1589b58966eed416>>. Acesso em: 3 mar. 2016.

SANTOS, Larissa. C. *Communication des Organisations: stratégies de légitimation au travers des récits histórico-organisationnels*. 2016. 385 f. Tese (Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication) – Celsa - Ecole des Hautes Etudes en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Paris – Sorbonne, Paris, 2016.

SÃO PAULO, Elizabeth M. BNDES – 50 anos BNDES. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 33-42.

SCHICK, Johannes F. M. L'émotions: philosophie de l'art, morale et politique – intuition et émotion: une relation méconnue. In: WORMS, Frédéric. et al. *Anneles bergsoniennes VIII*. Paris: PUF, 2017. Livro digital.

SCROFERNEKER, Cleusa M. A. *Método e Metodologia: As imprecisões conceituais em Teses de Doutorado (no prelo)*.

_____; AMORIM, Lidiane; FLORCZAK, Rosângela. Diálogo e vínculo: contribuições para a lugarização de perspectivas complexas nas organizações. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 23, n. 3, p. 1-14, set./nov./dez. 2016.

_____; _____. Por uma topofilia da Comunicação Organizacional: reflexões sobre espaço e lugar da comunicação. *Revista Alaic*, v. 13, n. 24, p. 256-265. 2016. Disponível em: <<https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/689>>. Acesso em: 20 fev. 2017.

_____. Contra Tendências Paradigmáticas da Comunicação Organizacional Contemporânea no Brasil. *Diálogo*, ed. 85, p. out./dez. p. 1-17, 2012. Disponível em: <http://dialogosfelafacs.net/wpcontent/uploads/2015/85/85_Revista_Dialogos_Contra_tendencias_paradigmaticas_da_comunicacao_organizacional_contemporanea_no_brasil.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2016.

_____. Perspectivas Contemporâneas da Comunicação Organizacional. In: Claudia Peixoto de Moura e Nelson Fossatti. (Org.). *Práticas Acadêmicas em Relações Públicas: processos, pesquisas e aplicações*. Porto Alegre: Sulina, 2011. 238 p.

_____. Comunicação Organizacional: certezas e incertezas. In: _____. (Org.). *O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade*. Porto Alegre: Edipucrs, 2008. p. 15-30.

SEIBT, Daniela. Discurso e Comunicação de Memória nas Organizações: o espaço Memória Banrisul como cena de enunciação das memória institucional. In: INTERCOM, 27, 2017, Curitiba, *Anais...*, 2017, p. 1-16. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista_area_DT3-CO.htm>. Acesso em: 04 jan. 2018.

SILVA, Juremir Machado da. *O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES*. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015. 95 p.

_____. Apresentação. In: SCROFERNEKER, Cleusa M. A (Org.). *O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade*. Porto Alegre: Edipucrs, 2008. p. 7-10.

_____. *As tecnologias do imaginário*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2006. 111 p.

SROUR, Robert H. *Poder, cultura e ética nas organizações*. São Paulo: Editora Campus, 2012. 408 p.

SODRÉ, Muniz. *A Ciência do Comum: Notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2014a. 323 p.

_____. Entrevista. In: *Rizoma*, Santa Cruz, v. 2, n. 1, p. 164-166, 2004b. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/viewFile/4619/3476>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

_____. *As Estratégias Sensíveis: mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006. 229 p.

SOUSA, Mauro W. História empresarial, mediadora do futuro. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 89-98.

TASSEL, Julien. *L'histoire saisie par le management: entre pratiques du passé et exercice du pouvoir managérial – L'exemple du Groupe Caisse d'Épargne*. 2008. 463 f. Tese (Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication) – Celsa - Ecole des Hautes Etudes en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Paris – Sorbonne, Paris, 2008.

TEIXEIRA, Ana Paula de M. *O acontecimento comunicacional e a experiência de ensino – Afeto. Arrebatamento. Subjetividades*. 2013. 176 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São

TOTINI, Beth; GAGETE, Élide. Memória Empresarial: Uma Análise de sua Evolução. In: NASSAR, Paulo. *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 113-126.

VILLAS-BÔAS, Márcia. *Olimpo: a saga dos deuses*. São Paulo: Siciliano, 1995. 596 p.

VITAL, J. D. CBMM – A tecnologia e as profissões em extinção. In: NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 99-104.

VON ZUBEN, Newton A. Introdução. In: BUBER, Martin. *Eu e Tu*. 8. ed. São Paulo: Centauro, 2001, p. V- LXXVIII.

VOTORANTIM. *Campanha Minha Votorantim*. 2018. Disponível em: <<http://www.votorantim100.com/minha-votorantim>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

_____. *Participantes da Minha Votorantim*. 2018. Disponível em: <<http://www.votorantim100.com/minha-votorantim>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

_____. *Regras de participação da Minha Votorantim*. Disponível em: <<http://www.votorantim100.com/minha-votorantim>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

_____. *Vídeo de participação na Minha Votorantim*. 2018. Disponível em:

<<http://www.votorantim100.com/minha-votorantim>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

_____. *Controle de participação da Minha Votorantim*. 2018. Disponível em: <<http://www.votorantim100.com/minha-votorantim>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

WHITROW, Gerald James. *O que é tempo? Uma visão clássica sobre a natureza do tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005. 211 p.

WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004. 544 p.

WORMS, Frédéric. *Revista CULT*, 2018. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/entrevista-frederic-worms/>>. Acesso em: 25 jan. 2018.

_____. *Bergson ou os Dois sentidos da vida*. São Paulo: Unifesp, 2010. 381 p.

_____. A concepção bergsoniana do tempo. *Revista Dois Pontos*, São Carlos, v. 1, n. 1, p. 129-149. 2004. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/doispontos/article/view/1922/1607>>. Acesso em: 2 jun. 2017.

WORCMAN, Karen. Memória do Futuro: um desafio. In: NASSAR, Paulo. *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 23-30.

ZIMERMAN, David E. *Os quatro vínculos: amor, ódio, conhecimento, reconhecimento na psicanálise e em nossas vidas*. Porto Alegre: Artmed, 2010. 240 p.

APÊNDICE 1

Quadro de Artigos publicados no Grupo de Trabalho *Comunicação no Contexto das Organizações*, da *Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)*. Período 2014.

Artigos publicados no Grupo de Trabalho <i>Comunicação em Contextos Organizacionais</i>, da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPOS). Período 2014				
TÍTULO	PALAVRAS-CHAVE	RESUMO/TÍTULO/PALAVRA-CHAVE	AUTOR	ANO
A modernização reflexiva das relações públicas na comunicação organizacional	Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Modernização Reflexiva.	A palavra memória não é referenciada.	Yuji Gushiken	2014
<i>Accountability</i> , transparência e a comunicação organizacional	Accountability; Transparência; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Peres-Neto	2014
As dimensões da comunicação organizacional: um olhar sobre o terceiro setor	Dimensões; Comunicação Organizacional; Terceiro Setor.	A palavra memória não é referenciada.	Manuella Dantas Corrêa Lima; Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud	2014
Avaliando os ativos intangíveis das organizações nas mídias sociais: os limites das métricas	Métricas; Ativos Intangíveis; Avaliação em Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada.	Wilson da Costa Bueno	2014
Comunicação organizacional e gestão de marca: redes de organizações por articulação conceitual	Comunicação Organizacional; Gestão de Marca; Redes de Organizações por Articulação Conceitual.	A palavra memória não é referenciada.	Rudimar Baldissera	2014
Comunicação organizacional: análise dos construtos teóricos e a práxis na formação do discurso	Construtos Teóricos e Práxis; Discurso da Comunicação Organizacional; Epistemologia.	A palavra memória não é referenciada.	Ivone de Lourdes Oliveira Isaura Mourão	2014

Cooperação internacional na Amazônia e o desafio da Comunicação Institucional	Comunicação Institucional; Organizações; Amazônia.	A palavra memória não é referenciada.	Neusa Gonzaga de Santana Pressler; Lucilinda Teixeira; Douglas Junio Fernandes Assumpção	2014
Megaeventos: motores de transformação social	Megaevento; Exposição Universal; Copa do Mundo.	A palavra memória não é referenciada.	Ricardo Ferreira Freitas; Flávio Lins; Maria Helena Carmo dos Santos	2014
Socioanálise comunicacional como dispositivo de análise diagnóstico e intervenção	Comunicação; Dispositivo de Socioanálise; Intervenção.	A palavra memória não é referenciada.	Eduardo A. Vizer; Helenice Carvalho	2014
Vulnerabilidade dos públicos frente a práticas abusivas de comunicação empregadas por organizações: limitações para o monitoramento civil	Vigilância Civil; Organizações; Opinião Pública.	A palavra memória não é referenciada.	Márcio Simeone Henriques; Daniel Reis Silva	2014

Fonte: Portal da COMPÓS. Disponível em: <[Http://Www.Compos.Org.Br/Anais.Php](http://www.Compos.Org.Br/Anais.Php)>. Acesso Em: 20 nov. 2017.

APÊNDICE 2

Quadro de Artigos Publicados no Grupo de Pesquisa *Relações Públicas e Comunicação Organizacional*, da *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)*. Período 2017 – 2014.

Artigos Publicados no Grupo de Pesquisa <i>Relações Públicas e Comunicação Organizacional</i>, da <i>Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)</i>. Período 2017-2014				
TITULO	PALAVRAS-CHAVE	RESUMO/TÍTULO/PALAVRA-CHAVE	AUTOR	ANO
A ausência da comunicação interna e suas implicações práticas no cotidiano de uma empresa	Comunicação Organizacional; Comunicação interna; Cultura Organizacional; Estudo de Caso.	A palavra memória não é referenciada.	Salmom Lucas Monteiro Costa	2017
A comunicação como estratégia de visibilidade e representação social dos processos de inovação nas organizações	Comunicação Organizacional; Inovação; Representação Social.	A palavra memória não é referenciada.	Gláucia França; Daiana Stasiak	2017
A comunicação estratégica na gestão participativa ambiental	Comunicação Organizacional; Participação, Ambiente e Sustentabilidade.	A palavra memória não é referenciada.	Lucas Valdés	2017
A comunicação institucional do Senado Federal no facebook e as possibilidades de letramento político	Comunicação Pública; Letramento Político; Facebook; Senado Federal.	A palavra memória não é referenciada.	Michel Carvalho da Silva	2017
A comunicação por ações culturais como estratégia de gestão de crises	Crise; Comunicação; Cultura; Relações Públicas; Reputação.	A palavra memória não é referenciada.	Sergio José Andreucci JR; Luiz Alberto de Farias	2017
A comunicação reticular e o whatsapp como tendência no ambiente corporativo	Comunicação Organizacional; Comunicação Reticular; Mídias Digitais; Cibercultura; Whatsapp.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Francisco Ananias JR; Célia Maria Retz Godoy dos Santos	2017

A invisibilidade dos trabalhadores-comunicadores da comunicação organizacional: uma reflexão inicial	Assessoria de Imprensa; Assessoria de Comunicação; Comunicação e Trabalho; Comunicação Organizacional; Trabalho.	A palavra memória não é referenciada.	João Augusto Moliani	2017
A mediatização dos eventos e a experiência estética do público participante: um estudo teórico	Eventos; Mediatização; Experiência Estética; Redes Sociais da Internet.	A palavra memória não é referenciada.	Elaine Cristina Gomes de Moraes; Murilo Cesar Soares	2017
A mobilização da responsabilidade social empresarial do Instituto ETHOS no pacto empresarial pela integridade e contra a corrupção	Estratégias Comunicacionais; Responsabilidade Social Empresarial; Mobilização; Terceiro Setor; Instituto ETHOS.	A palavra memória não é referenciada.	Amanda Frick; Maria Ivete Trevisan Fossá	2017
A percepção de jornalistas atuantes em portais de notícias de Curitiba sobre a eficácia dos press releases	Assessoria De Imprensa; Press Release; Jornalismo; Comunicação Organizacional; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada.	Raphael Moroz Teixeira; Ana Paula Pinto de Carvalho	2017
A pesquisa em relações públicas para os processos interacionais de acesso, acolhimento e vínculo na atenção básica à saúde	Processos Interacionais; Relações Públicas em Saúde; Atenção Básica à Saúde; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Sandra Nunes Leite; Hiago Antônio Rocha Silva Santos	2017
A responsabilidade das organizações na produção de conteúdo intercultural	Interculturalidade; Comunicação Organizacional; Responsabilidade Social; Sociedade Mediatizada.	A palavra memória não é referenciada.	Alana Carolina Gomes; Renata Calonego; Roseane Andrelo	2017

A subjetividade do trabalhador no contexto da uberização do trabalho: um novo desafio para os estudos de comunicação nas relações de trabalho	Uberização; Subjetividade; Trabalho; Comunicação; Organizações.	A palavra memória não é referenciada.	Claudia Nociolini Rebecchi	2017
Afetos antagônicos organizações comunitárias X organizações privadas	Afetos; Organização; Comunicação; Relações Criativas.	A palavra memória não é referenciada.	Caroline Delevati Colpo; Débora Martins Ribeiro; Ingrid Humia; Manuela Mause; Monique Francisca Da Silva	2017
As relações de poder e a cultura corporativa na comunicação interna	Comunicação Organizacional; Comunicação Interna; Relações de Poder; Cultura Corporativa.	A palavra memória não é referenciada.	Camila Steinvascher Machado	2017
As teses de doutorado dos programas de pós-graduação em comunicação: uma abordagem bibliométrica	Comunicação Organizacional; Teses de Doutorado; Estudos Bibliométricos.	A palavra memória não é referenciada.	Cleusa Maria Andrade Scroferneker; Luciana Buksztejn Gomes; Francielle Benett Falavigna	2017
Círculo da cultura: case dos observatórios do Unilasalle	Círculo da Cultura; Comunicação Organizacional; Observatórios.	A palavra memória não é referenciada.	Margarete Panerai Araújo; Judite Sanson De Bem; Moisés Waismann; Edina Maria Da Rocha Ferreira	2017

Como sobreviver em tempos de uber?	Gerenciamento de Crise; Uber; Cooperativas de Táxi; Estratégias de Comunicação; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada.	Carolina De Miranda Pineli Alves; Gilson Borges	2017
Comunicação e inovação nas micro e pequenas empresas de alimentação fora do lar do município de Bauru sob a perspectiva do programa agentes locais de inovação	Inovação; Comunicação; Ambiência Inovadora; Micro e Pequenas Empresas; Setor de Alimentação Fora do Lar.	A palavra memória não é referenciada;	Christiane Delmondes Versuti; Maria Eugênia Porém	2017
Comunicação estratégica no contexto das organizações: (re) leituras possíveis a partir do paradigma dialógico-relaciona.	Comunicação Organizacional; Comunicação Estratégica; Diálogo; Interação.	A palavra memória não é referenciada;	Rosângela Florczak	2017
Comunicação Integrada e Estratégica Sob a Ótica de Gestores de Micro e Pequenas Empresas da Cidade de Bauru/SP	Comunicação Integrada; Comunicação Estratégica; Micro e Pequenas Empresas.	A palavra memória não é referenciada;	Daniele Aparecida Bueno; Monalisa Ribeiro Da Silva; Maria Eugênia Porém	2017
Comunicação interna e mídias sociais: Como usar os funcionários conectados a favor da organização	Comunicação Organizacional Digital; Comunicação Interna; Mídias Sociais; Funcionários.	A palavra memória não é referenciada;	Carolina Frazon TERRA	2017
Comunicação para a sustentabilidade nas organizações: caminhos possíveis	Comunicação; Organizações; Sustentabilidade.	A palavra memória não é referenciada;	Verônica Reis Cristo	2017
Comunicação para sustentabilidade na universidade: o entendimento da comunidade USP sobre sustentabilidade - a pesquisa qualitativa	Comunicação; Sustentabilidade; Universidade de São Paulo.	A palavra memória não é referenciada;	Margarida Maria Krohling Kunsch; Iara Maria da Silva Moya	2017
Dimensão do discurso: uma (re)visão teórica no contexto da comunicação organizacional	Análise do Discurso; Comunicação Organizacional; Discurso	A palavra memória não é referenciada;	Marcelo De Barros Tavares	2017

	Organizacional.			
Discurso e comunicação de memória nas organizações: o espaço memória Banrisul como cena de enunciação da memória institucional	Comunicação; Discurso; Memória Institucional.	A palavra memória é referenciada;	Daniela Seibt	2017
Discursos de líderes empresariais de Divinópolis sobre comunicação, estratégia e desenvolvimento: entre a instrumentalização e a incompreensão	Comunicação; Estratégia; Organizações Empresariais; Desenvolvimento Regional.	A palavra memória não é referenciada;	Raslan Filho; Gilson Soares; Janaina Visibeli Barros	2017
Em busca de (não/entre)lugares – cartografia da comunicação em organizações multinacionais	Comunicação Organizacional; Multinacionais; Lugar; Entre-Lugar, Não-Lugar.	A palavra memória não é referenciada;	Lidiane Ramirez de Amorim	2017
Esfera pública em crise: o papel da comunicação estratégica e pública em meio à instabilidade institucional brasileira	Comunicação Pública; Governança Corporativa; Comunicação Estratégica; Reputação; Mídia.	A palavra memória não é referenciada;	Nemézio Amaral Filho; Eduardo Guerra Murad	2017
Estratégias sociotécnicas de visibilidade e legitimidade na comunicação organizacional em rede	Comunicação Organizacional; Ambiências Digitais; Estratégias Sociotécnicas; Visibilidade; Legitimidade.	A palavra memória não é referenciada;	Elisangela Lasta	2017
Gestão de relacionamentos na comunicação empresarial em ambientes de Inovação	Cultura Organizacional; Comunicação Empresarial; Relacionamentos; Inovação.	A palavra memória não é referenciada;	Luciano Nunes Suminski	2017
Interação via computador em contextos organizacionais: espaço comum ou mais um canal de comunicação?	Interação nas Organizações; Mediação; Mídias Sociais Digitais e Organizações; Interação Mediada por Computador.	A palavra memória não é referenciada;	Isaura Mourão	2017
Latin American Communication Monitor 2016-2017: a opinião de profissionais	LCM 2016-2017; Relações Públicas; Big Data; Influenciadores;	A palavra memória não é referenciada;	Andréia Silveira Athaydes;	2017

brasileiros sobre big data, os influenciadores e engajamento nas mídias sociais	Engajamento.		Gustavo Eugênio Hasse Becker; Simone Soares Echeveste	
Liberdade de expressão no mundo do trabalho: a visão das organizações	Liberdade de Expressão; Trabalho; Organizações; Controle da Conduta.	A palavra memória não é referenciada;	Fernando Felício Pachi Filho	2017
Maçonaria, do secreto ao discreto: gestão da informação e da visibilidade nas organizações fechadas	Organizações; Segredo; Gestão da Informação; Gestão da Visibilidade; Maçonaria.	A palavra memória não é referenciada;	Bruno Vinhola	2017
Midiatização nas relações de trabalho e as práticas de comunicação de grupos organizacionais em dispositivos móveis: o caso whatsapp	Midiatização; Comunicação Organizacional; Dispositivos Móveis; Discurso; Whatsapp.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Paula Pinto De Carvalho; Mônica Cristine Fort	2017
O discurso multimodal em estratégia de branded content	Branded Content, Análise Multimodal, Discurso das Marcas.	A palavra memória não é referenciada;	Marcelo Marques Araújo	2017
O empoderamento do colaborador no ambiente digital: uma análise da estratégia de relações públicas adotada pela Universidade Federal do ABC no facebook	Relações Públicas; Empoderamento; Comunicação Interna; Cibercolaborador; Universidade Federal do ABC.	A palavra memória não é referenciada;	Mariella Mian; Alessandra de Castilho; Gabriel Zotelli	2017
O estatuto da “comunicação” nas OSC em Portugal: um primeiro retrato	Comunicação Organizacional; Comunicação Estratégica; ONG.	A palavra memória não é referenciada;	Mafalda Eiró-Gomes; César Neto	2017
O impacto do aplicativo whatsapp menssenger nas relações de trabalho e os reflexos na comunicação interna das empresas	Comunicação organizacional; Comunicação interna; Gestão de Pessoas; Tecnologia.	A palavra memória não é referenciada;	Sabrina Medeiros Wanderley de Queiroz; Givysson Rodrigues dos Santos;	2017

			Juliano Mendonça Domingues Silva	
O papel educativo da comunicação interna: debates para a construção de um paradigma pautado na intersecção entre comunicação e educação	Comunicação Interna; Público Interno; Competência em Informação; Competência Digital; Comunica Educação.	A palavra memória não é referenciada;	Roseane Andrelo; Renata Calonego	2017
O profissional de comunicação e as lideranças organizacionais: conflitos na identidade profissional	Identidade; Comunicação Organizacional; Comunicação com Empregados; Liderança; Processo de Identificação.	A palavra memória não é referenciada;	Bruno Carramenha	2017
O "X" da questão: incidência das forças centrífugas e centrípetas no discurso organizacional refratado e refletido	Comunicação; Organizações; Discursos; Linguagem.	A palavra memória não é referenciada;	José Zilmar Alves da Costa	2017
Organizações e o discurso da inovação: reflexões sobre o discurso de uma startup em Belo Horizonte	Capitalismo Cognitivo; Startup; Discurso.	A palavra memória não é referenciada;	Juliane Cristina dos Reis	2017
Os tons que caracterizam Caldeirão do Huck, Encontro com Fátima Bernardes e Amor & Sexo: constituição identitária da programação de uma emissora de tv	Programas de Auditório; Rede Globo de Televisão; Semiótica; Tonalização do Discurso; Identidade da Programação.	A palavra memória não é referenciada;	Adriana Stürmer	2017
Personalidade pública e a necessidade de um gestor de relacionamentos: diagnóstico e ações para o atleta fisiculturista Physique dos Anjos	Relações Públicas; Personalidades; Fisiculturismo; Physique Dos Anjos.	A palavra memória não é referenciada;	Isabelle Cristine Azevedo Lopes; Kelly Brito Memória Ribeiro; Diego Lopes Da Silva Alves	2017
Petrobras, Lava Jato e Olimpíadas: a importância da comunicação organizacional no gerenciamento de crises em organizações públicas	Comunicação Organizacional; Gerenciamento de Crise; Petrobras; Lava Jato; Olimpíadas.	A palavra memória não é referenciada;	Karoline Messias Fogaça; Cleverson Fernando Salache	2017

Planejamento de comunicação integrada para empresa de inovação em saúde: estratégias para o fortalecimento da marca	Comunicação Organizacional; Comunicação Integrada; Planejamento Estratégico; Inovação.	A palavra memória não é referenciada;	Tiale Acrux; Adriano Sampaio	2017
Por uma (nova) leveza nas organizações?	Leveza; Organizações; Comunicação; Lugar.	A palavra memória não é referenciada;	Luciana Buksztejn Gomes	2017
Programas de integridade e a comunicação organizacional em estatais: uma visão de gestores das áreas de comunicação e compliance	Comunicação Organizacional; Corrupção; Estatais; Programas de Integridade; Compliance.	A palavra memória não é referenciada;	Marina Soares Sabioni Martins	2017
Propagabilidade e engajamento nas mídias sociais e a comunicação de crise organizacional – uma revisão da literatura	Comunicação; Crise; Mídia Social; Propagabilidade.	A palavra memória não é referenciada;	Claudine Figueiredo Nunes; Maria José Baldessar	2017
Reflexões para uma comunicação organizacional museológica alinhada ao código de ética para museus	Comunicação Organizacional; Ética; Museologia; Museus.	A palavra memória não é referenciada;	Nicole Sberse MORÁS	2017
Reflexões sobre a comunicação nas organizações sob a ótica de estudantes de administração	Comunicação; Administração; Organização.	A palavra memória não é referenciada;	Cassiana Caglioni; Tainah Veras; Maria Eugênia Porém	2017
Reforma urbana do Porto Maravilha: memória e identidade nas narrativas para a construção da “Marca Rio”	Comunicação Institucional; Memória; Branding; Porto Maravilha; “Marca Rio”.	A palavra memória é referenciada;	Flávia Barroso de Mello	2017
Relacionamento no ambiente digital: o uso de memes como estratégia de relações públicas no facebook	Relações Públicas; Memes; Relacionamento; Estratégia; Facebook.	A palavra memória não é referenciada;	Andréa Karinne Albuquerque Maia; Maria Livia Pachêco Oliveira	2017

Relações públicas e visibilidade no mundo digital: o feud de Taylor Swift contra Kanye West	Relações Públicas; Comunicação Digital; Celebridades; Visibilidade Midiática.	A palavra memória não é referenciada;	Raquel Campos da Cruz; Carolina Frazon Terra	2017
Relações públicas em mídias digitais: proposta de matriz para gestão estratégica da comunicação de crise	Relações Públicas; Comunicação de Crise; Estratégias de Comunicação; Mídias Digitais.	A palavra memória não é referenciada;	Jones Machado	2017
Release e geração de mídia espontânea: um estudo de caso do projeto visibilidade UFG	Release; Mídia Espontânea; Interação Dialógica; Projeto Visibilidade.	A palavra memória não é referenciada;	Luiz Felipe Fernandes Neves; Daiana Stasiak; Roberta de Castro Basile	2017
Rio media center: a subjetividade da marca cidade olímpica como estratégia discursiva	Rio Media Center; Comunicação Organizacional; Subjetividade; Identidade; Imagem.	A palavra memória não é referenciada;	Adriana Guimarães Moreira	2017
'Fatos alternativos' e dilemas éticos: desafios para os profissionais de relações públicas no século XXI	Relações Públicas; Fatos Alternativos; Informação; Ética; Modernidade Reflexiva.	A palavra memória não é referenciada;	Else Lemos	2017
"Olha aí o biscoito globo!": uma análise das imbricações relativas à identidade carioca	Rio de Janeiro; Identidade; Marca; Carioca; Biscoito Globo.	A palavra memória não é referenciada;	Alessandra de Figueredo Porto	2017
Problemas sem solução" e "atendimento ruim": o discurso do consumidor no site de rede social reclame aqui – desafios à comunicação organizacional	Comunicação Organizacional; Consumidor; Reclame AQUI; Discurso; Convivência.	A palavra memória não é referenciada;	Marcelo Pereira da Silva	2017
A comunicação estratégica como indutora da cultura de inovação nas organizações	Comunicação Estratégica; Cultura Organizacional; Inovação; Cultura de Inovação.	A palavra memória não é referenciada;	Maria Eugênia Porém; Roseane Andrelo;	2016

			Tamara De Souza Brandão Guaraldo; Tainah Veras	
A comunicação integrada em uma perspectiva estratégica: a experiência do panorama internacional FEE	Comunicação Integrada; Comunicação Estratégica; Panorama Internacional FEE; Fundação De Economia e Estatística.	A palavra memória não é referenciada;	Solange Prediger; Gisele Dotto Reginato; Laura Hastenpflug Wottrich	2016
A comunicação interna na prática de uma fundação pública sob o olhar do paradigma da complexidade	Comunicação Organizacional; Comunicação Interna; Teoria da Complexidade; Análise de Conteúdo; Diálogo.	A palavra memória não é referenciada;	Renata Afonso Ferreira Madeira Madruga; Luíza Mônica Assis da Silva	2016
A comunicação organizacional e a interação da opinião pública na esfera digital	Comunicação Organizacional; Opinião Pública; Teorias da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada;	Marcelo de Barros Tavares	2016
A convergência curricular coloca a comunicação em diálogo	Comunicação; Ensino; Educação; Convergência Curricular.	A palavra memória não é referenciada;	Wilma Pereira Tinoco Vilaça	2016
A corrupção vista de forma sistêmica e o papel da mídia na construção de sentidos	Corrupção; Mídia; Comunicação Organizacional; Complexidade.	A palavra memória não é referenciada;	Marina Soares Sabioni Martins	2016
A importância da divulgação científica em organizações relacionadas à ciência, tecnologia e inovação	Assessoria de Comunicação; Comunicação Organizacional; Divulgação Científica; Estratégias de Comunicação; Organização Pública.	A palavra memória não é referenciada;	Adriana Gonçalves Arruda; Elizabete Mayumy Kobayash	2016

A influência da comunicação organizacional e do estilo brasileiro de administrar no posicionamento das multinacionais brasileiras no mundo globalizado	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Cultura Brasileira; Globalização; Interculturalidade.	A palavra memória não é referenciada;	Denise Pragana Videira	2016
A narrativa como prática para o desenvolvimento humano e organizacional	Organização; Comunicação; Participação; Estratégia; Autorrealização.	A palavra memória não é referenciada;	Meire Nery	2016
A revitalização do Centro Cultural SESC Glória e o desvelamento da cidade criativa – a comunicação pela arte para efetivação de uma dialogia com o entorno	Vínculo; Comunicação, Cidade; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada;	Tatiana Gianordoli; Ivana Esteves	2016
A utilização da imagem feminina no discurso organizacional sob a percepção de estudantes de relações públicas	Comunicação Organizacional; Discurso; Relações Públicas; Públicos Internos; Ideologia de Gênero.	A palavra memória não é referenciada;	Daniel Dubosselard Zimmermann; Fabiana Moreira Gaviolli	2016
Análise da imagem institucional da Maternidade Dona Evangelina Rosa (MDER): opinião pública e conteúdo jornalístico	Relações Públicas, Comunicação Organizacional; Gestão da/em Comunicação.	A palavra memória não é referenciada;	Flairreta Alves dos Santos Moura Fé; Samira Ramalho Ribeiro de Souza	2016
Apontamentos de uma pesquisa: o “estado da arte” da comunicação organizacional no Brasil	Comunicação Organizacional; Teses de Doutorado; Método; Metodologia.	A palavra memória não é referenciada;	Cleusa Maria Andrade Scroferneker; Renata Andreoni; Luciana Buksztejn Gomes; Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa; Fernanda Luz Moraes	2016

As organizações como estruturas de interação comunicativa	Interação Comunicativa; Relações Interpessoais; Comunicação Organizacional; Linguagem.	A palavra memória não é referenciada;	Selma Regina Ramalho Conte	2016
Aspectos da historiografia da comunicação organizacional no Brasil a partir das relações públicas no mundo do trabalho	Historiografia da Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Racionalização do Trabalho; Idort.	A palavra memória não é referenciada;	Claudia Nociolini Rebecchi	2016
Assessoria de imprensa e comunicação pública: pautando a mídia local	Assessoria de Imprensa; Comunicação Organizacional; Comunicação Pública; Critérios de Noticiabilidade; Mídia Local.	A palavra memória não é referenciada;	Regiane de Andrade Sá	2016
A atividade de trabalho no trabalho associado e os sujeitos da comunicação	Atividade de Trabalho; Trabalho Associado; Comunicação; Interação.	A palavra memória não é referenciada;	Vera Regina Schmitz	2016
Branding e discurso nas organizações: objetos em interface dialógica numa metodologia de análise comunicacional	Branding; Discurso; Comunicação Institucional; Metodologia de Marca; Posicionamento.	A palavra memória não é referenciada;	Marcelo Marques Araújo	2016
Chega de divisões e compartimentações: é tempo de consolidar as relações públicas contemporâneas	Relações Públicas Contemporâneas; Digital; Vagas; LinkedIn.	A palavra memória não é referenciada;	Bianca Marder Dreyer; Carolina Frazon Terra	2016
Como o atendimento de um e-commerce pode mudar a experiência do usuário, fortalecer o brand e converter satisfação de clientes em vendas	Branding; Marca; E-Commerce; Atendimento ao Consumidor.	A palavra memória não é referenciada;	Alessandra Mazzariolli de Oliveira Angeruzzi; Marcelo Marques Araújo	2016
Competências comunicacionais e a Escola de Montreal: considerações e convergências	Literacia em Comunicação; Comunicação	A palavra memória não é referenciada;	Fernanda Terezinha de Almeida;	2016

	Organizacional; Competências Informacionais; Competências Comunicacionais; Escola de Montreal;		Elaine Cristina Gomes De Moraes	
Comunicação com empregados, comunicação informal e linguagem	Comunicação com Empregados; Comunicação Informal; Diálogo; Linguagem; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Bruno Pacheco Carramenha; Viviane Regina Mansi	2016
Comunicação de risco: um descompasso entre discurso e prática no caso Shell/Basf	Comunicação; Risco; Percepção; Comunicação de Risco.	A palavra memória não é referenciada;	Milene Leitzke; Marlene Marchior	2016
Comunicação digital e mobilização social para pessoas com deficiência: estudo de caso sobre a Síndrome de Prader Willi.	Relações Públicas Comunitárias; Mobilização Social; Comunicação Digital; Pessoas com Deficiência; Síndrome de Prader Willi.	A palavra memória não é referenciada;	Patricia Carla Gonçalves Salvatori	2016
Comunicação e comprometimento na geração do capital social em cooperativas: interfaces possíveis	Comunicação; Comprometimento; Capital Social, Cooperativismo.	A palavra memória não é referenciada;	Maura Padula	2016
Comunicação e sustentabilidade: caminhos do Ecos no Sesc Sergipe	Sustentabilidade; Comunicação; Educomunicação; Relações Públicas; Sesc.	A palavra memória não é referenciada;	Rita Simone Barbosa Liberato; Mário Saladini; Clarissa Rocha Barros	2016
Comunicação Integrada com sotaque sorocabano: estratégias e idiosincrasias de uma comunicação local	Comunicação Integrada; Comunicação Organizacional; Estratégia de	A palavra memória não é referenciada;	Nanci Maziero Trevisan;	2016

	Comunicação.		Angelica Maria Bittar Antunes; Aparecida Vitalina Muniz; Bianca Muniz Barbosa; Guilherme Augusto Domingues; Lucimara Pereira Cesar; Natália Tamaio De Almeida; Priscila Clarice Da Fonseca; Swien De Souza Rodrigues; Thalita Freesz Marchiori; Vinicius Assayd Formaggi	
Comunicação interna digital na indústria: Grupo Vallourec	Comunicação; Organizações; Comunicação Interna; Tics; Intranet.	A palavra memória não é referenciada;	José Pedro Miguel Neto	2016
Comunicação organizacional e corretoras de valores: a educação financeira e as mídias sociais como ferramenta para distribuição de informações sobre renda fixa	Comunicação Organizacional; Estratégia de Comunicação; Mídias Sociais; Corretoras de Valores.	A palavra memória não é referenciada;	Daniela Norcia Gonçalves	2016
Comunicação organizacional e o poder das narrativas: estratégias discursivas da Samarco	Comunicação Organizacional; Narrativas; Discurso; Samarco.	A palavra memória não é referenciada;	Elizabeth Moraes Gonçalves; Ana Maria Dantas de Maio	2016
Comunicação organizacional e suas estratégias de interação através do afeto	Assessoria de Imprensa; Comunicação	A palavra memória não é referenciada;	Maria Lúcia Barreto Tochetto	2016

	Organizacional; Estética; Jornalismo.			
Comunicação organizacional e sustentabilidade: o eco de um discurso	Empresa; Sustentabilidade; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Marlene Branca Sólito	2016
Comunicação organizacional: indutora e facilitadora da comunicação pública	Cidadania; Comunicação Organizacional; Comunicação Pública.	A palavra memória não é referenciada;	Valmiria A; Balbinot; André da Silva Pereira	2016
Comunicação pública digital e popularização da ciência: o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação e suas unidades de pesquisa	Comunicação Pública Digital; Ciência; Popularização da Ciência; Cultura Científica; Mcti e Unidades de Pesquisa.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Paula Soares Veiga; Graça Caldas	2016
Comunicação pública e alteridade-responsabilidade entre governo e cidadãos: um aspecto da interação verbal on-line em consultas públicas digitais	Comunicação Pública; Governança Digital; Diálogo On-Line; Alteridade; Responsabilidade.	A palavra memória não é referenciada;	Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo	2016
Comunicação pública e sua dimensão estratégica: uma reflexão a partir da proposta de reestruturação organizacional em uma instituição pública federal de ensino	Direito à Informação; Comunicação Pública; IF Sertão-PE; Identidade; Estrutura Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	João Bosco Miranda Coelho; Larissa De Souza Lins Maranhão; Luis Osete Ribeiro Carvalho; Tito Eugênio Santos Souza	2016
Comunicação, liderança e treinamento: um estudo de caso do projeto treinamento e desenvolvimento de liderança para servidores da ECA-USP	Comunicação Organizacional, Cultura, Treinamento, Liderança.	A palavra memória não é referenciada;	Flávia Cristina Martins Mendes	2016
Comunicadores e mercado de trabalho numa abordagem reflexiva – desafios para os relações-públicas e sua inserção e ascensão profissional	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Profissões; Reflexividade; Mercado de	A palavra memória não é referenciada;	Else Lemos Inácio Pereira	2016

	Trabalho.			
Diversidade de gênero nas organizações: uma análise de publicações para o campo da comunicação e das relações públicas	Diversidade Sexual; Organizações; Estado da Arte; Comunicação; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada;	Karen Greco Soares	2016
Economia da cultura e comunicação: uma reflexão sobre o setor cultural do artesanato a partir da Cooperativa Lã Pura	Economia da Cultura; Comunicação; Artesanato, Cooperativa Lã Pura.	A palavra memória não é referenciada;	Sheila Laís Miranda Pereira	2016
Estratégias comunicacionais para a mobilização da RSE no pacto empresarial pela integridade e contra a corrupção: análise do site Empresa Limpa	Estratégias Comunicacionais; Mobilização; Ética Empresarial.	A palavra memória não é referenciada;	Amanda Frick; Maria Ivete Trevisan Fossá	2016
Media Training: aplicação e análise de treinamento com base em técnicas do teatro	Comunicação Organizacional; Media Training; Porta-Voz; Teatro.	A palavra memória não é referenciada;	Leslye Revely dos Santos Argüello; Paula Franceschelli de Aguiar Barros	2016
Memória organizacional e o consumo dos jovens: pistas sobre um relacionamento em construção	Memória Organizacional; Consumo de Jovens; História; Reputação; Havaianas.	A palavra memória é referenciada;	Wanessa Valeze Ferrari Bighetti	2016
Monitor latinoamericano de comunicação 2014/2015: fragmentos da realidade de profissionais de relações públicas e comunicação corporativa no Brasil	LCM Brasil 2014/2015; Relações Públicas; Gestão da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada;	Andréia Silveira Athaydes; Gustavo Eugênio Hasse Becker; Simone Soares Echeveste	2016
Mulher, política e comunicação: estudo sobre a imagem pública de Manuela d'Ávila	Mulher; Política; Comunicação; Manuela D'ávila.	A palavra memória não é referenciada;	Lisiane Corcine Fialho Perfeito; Maria Helena Weber	2016

O discurso organizacional nas redes sociais digitais	Comunicação Organizacional; Redes Sociais Digitais; Discurso Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Ceci da Costa Diehl	2016
O ideal comunicativo no setor público a partir da reflexão sobre os interesses comunicacionais do Estado no Poder Executivo de Goiás	Comunicação Pública; Comunicação Governamental; Comunicação Organizacional; Gestão da Comunicação, Interesse Público.	A palavra memória não é referenciada;	Alessandra Siqueira Lessa; Tiago Mainieri De Oliveira	2016
O profissional de comunicação na contemporaneidade: potencializando a consciência comunicativa nas organizações	Comunicação Organizacional; Profissional de Comunicação; Consciência Comunicativa.	A palavra memória não é referenciada;	Daniele Aparecida Bueno; Maria Eugênia Porém	2016
O protagonismo da comunicação interna disseminando conhecimento e inovação sustentável nas organizações	Comunicação Interna; Conhecimento; Inovação; Sustentabilidade; Organizações.	A palavra memória não é referenciada;	Adriana Landim Quinaud; Maria José Baldessar	2016
Organizações e afetividades	Organização; Relações de Trabalho; Comunicação; Afetividade.	A palavra memória não é referenciada;	Caroline Delevati Colpo; Debora Martins Ribeiro; Ingrid Humia; Manuela Mause; Monique Francisca Da Silva	2016
os imigrantes nas empresas de Curitiba e suas relações interculturais no ambiente de trabalho: (im)possibilidades da gestão da comunicação interna	Imigração; Interculturalidade; Gestão da Comunicação Interna.	A palavra memória não é referenciada;	Wellington Teixeira Lisboa	2016
Percepção dos processos de comunicação em evento institucional	Comunicação Organizacional; Evento; Percepção na Comunicação.	A palavra memória não é referenciada;	Marlene da Silva Bomfim; Luiza Mônica Assis da Silva	2016

Porto Maravilha: a cidade-empresa e seu novo atributo – a cultura	Porto Maravilha; Cidade-Empresa; Jogos Olímpicos; Cultura; Marca.	A palavra memória não é referenciada;	Maria Helena Carmo dos Santos; Flávio Lins	2016
Práxis reflexiva das relações públicas: uma proposta de sistema de certificação ética para a comunicação organizacional digital	Práxis Reflexiva das Relações Públicas; Sociedade Mídia; Ética; Selos e Certificações; Comunicação Organizacional Digital.	A palavra memória não é referenciada;	Elisângela Lasta	2016
Primeiros passos para o sucesso? A construção da infância empreendedora na comunicação institucional do JEPP-Sebrae	Comunicação; Cultura Empreendedora; Infância; Sebrae; JEPP.	A palavra memória não é referenciada;	Fernando Matijewitsch	2016
Relações públicas na gestão das políticas públicas educacionais e no processo crítico do financiamento da educação superior no Brasil	Relações Públicas; Políticas Educacionais; Financiamento.	A palavra memória não é referenciada;	Marcos José Zablonsky	2016
Simulador organizacional e jogo de empresas: proposta de criação de um ambiente de ensino-aprendizagem em relações públicas	Relações Públicas; Jogo de Empresas; Simulador Organizacional; Ensino-aprendizagem; Gestão.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Cristina da Costa Piletti Grohs; Luis Fernando Martins Grohs	2016
Três discursos em um só; Milton Santos como inspiração na crítica do discurso da sustentabilidade global; uma perspectiva tupiniquim	Comunicação; Organizações; Crítica do Discurso; Sustentabilidade Global; Milton Santos.	A palavra memória não é referenciada;	Iara Maria da Silva Moya	2016
Úberes e títeres: mentalidades, posições públicas e a crise dos taxistas na cidade do Rio de Janeiro	Esfera Pública; Posicionamento Público; Relações Públicas; Caso Uber.	A palavra memória não é referenciada;	Anderson Ortiz; Maria Helena Carmo dos Santos; Alessandra de Figueiredo Porto	2016

Análise da narrativa de uma empreendedora: entrelaçamento de linguagem e de elementos estéticos na construção da encenação	Estética, Audiovisual, Comunicação, Consumo, Narrativas.	A palavra memória não é referenciada;	Katia Martins Valente	2015
A carnavalização das organizações: emergência de um gênero do discurso nas redes sociais digitais da internet	Discurso; Carnavalização; Organização; Redes Sociais.	A palavra memória não é referenciada;	José Zilmar Alves da Costa; Taciana de Lima Burgos	2015
A comunicação organizacional cultural e afetiva: uma reflexão das relações de trabalho criativa no contexto da economia criativa	Economia Criativa; Comunicação Organizacional; Cultura; Afetividade.	A palavra memória não é referenciada;	Caroline Delevati Colpo	2015
A comunicação como ferramenta estratégica para o entendimento do conceito de sustentabilidade nas organizações	Comunicação; Entendimento; Sustentabilidade; Organização.	A palavra memória não é referenciada;	Adriana Landim Quinaud; Paulo Fernando Liedtke	2015
A comunicação do governo FHC na reforma administrativa do Estado	Comunicação; Governo; Reforma; Governança; Transparência.	A palavra memória não é referenciada;	Giselle Dias Galindo Pecin; Cinara Gomes de Araújo Lobo	2015
A comunicação e a cultura nacional na criação do modelo de gestão à brasileira: um referencial teórico e metodológico para estudo em multinacionais brasileiras	Globalização; Cultura Nacional; Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Interculturalidade.	A palavra memória não é referenciada;	Denise Pragana Vieira	2015
A função organizacional política no contexto das melhores multinacionais para se trabalhar na América Latina	Função Organizacional Política, Relações Públicas, Informação.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Karin Nunes	2015
A memória organizacional– um estudo sobre vários enfoques estudo de caso – Museu Farmacêutico Moura	Memória; Comunicação Organizacional; Cultura Organizacional; Museu Farmacêutico.	A palavra memória é referenciada;	Margareth de Oliveira Michel	2015
A mensuração em redes sociais digitais como ferramenta de relações públicas na comunicação organizacional	Comunicação; Comunicação Organizacional; Relações	A palavra memória não é referenciada;	Charlene Coser Dalcol	2015

	Públicas; Redes Sociais Digitais; Mensuração.			
A práxis reflexiva das relações públicas na sociedade midiaticizada	Relações Públicas; Práxis Reflexiva; Sociedade Midiaticizada; Mediação Estratégica; Comunicação; Media Digitais.	A palavra memória não é referenciada;	Elisangela Lasta	2015
A produção científica em comunicação organizacional relações públicas nos programas de pós-graduação no Brasil: identificação, temáticas e tendências	Pós-Graduação; Brasil; Produção Científica; Comunicação Organizacional; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada;	Margarida Maria Krohling Kunsch	2015
A responsabilidade socioambiental empresarial e sua interface com o marketing e as relações públicas: um estudo exploratório do papel dos stakeholders no Guia Exame de Sustentabilidade 2014	Responsabilidade Socioambiental; Marketing; Relações Públicas; Guia Exame de Sustentabilidade.	A palavra memória não é referenciada;	Denise Rugani Topke	2015
Acontecimento e organizações: reflexões a partir da campanha d'O Boticário	Acontecimento; Comunicação Organizacional; Públicos; Imagem Pública; Campanha O Boticário.	A palavra memória não é referenciada;	Maria Terezinha da Silva	2015
Afinal, ainda existem públicos em relações públicas? Case #homensqueamamos	Relações Públicas; Públicos; Interagente.	A palavra memória não é referenciada;	Polianne Merie Espindola	2015
Apple special event: uma experiência de comunicação	Capitalismo Artista; Experiência Estética; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Isabella Almeida Vasconcelos Novais	2015
As falhas comunicacionais como fator de risco em evento	Comunicação; Eventos; Gestão de Crise; Risco.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Paula Moratori Ferreira; Márcio de Oliveira Guerra	2015
As mídias sociais e os paradigmas da comunicação pública	Comunicação Pública; Mídias Sociais; Comunicação Organizacional; Cidadania; Participação.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Carolina de Araujo Abiahy	2015

Autorretratos: enunciações visuais midiáticas	Autorretratos; Autorreferencialidade; Organizações Midiáticas; Enunciação Visual; Efeitos de Imagem.	A palavra memória não é referenciada;	Lutiana Casaroli	2015
Branding aeroportuário como estratégia de comunicação e fomento ao turismo: Liverpool John Lennon Airport	Turismo; Comunicação Turística; Branding Aeroportuário; Marca-Cidade.	A palavra memória não é referenciada;	Maria Helena Carmo dos Santos	2015
Branding e posicionamento na educação a distância pública: estratégias em comunicação organizacional	Branding; Comunicação Institucional Pública; Marketing Estratégico; Posicionamento.	A palavra memória não é referenciada;	Marcelo Marques Araujo	2015
Brasilidade, heroísmo, responsabilidade: a construção de um <i>ethos</i> pela propaganda institucional da Petrobras	Comunicação Organizacional; Ethos Discursivo; Propaganda Institucional; Petrobras.	A palavra memória não é referenciada;	Magno Vieira da Silva; Rudimar Baldissera	2015
Comunicação corporativa, reputação e desempenho organizacional: um diálogo estratégico	Comunicação Corporativa; Reputação Corporativa; Desempenho Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Glaucya Stela Candido Tavares	2015
Comunicação e crise em mídias digitais: estratégias dos campos midiático e organizacional	Comunicação de Crise; Estratégias de Comunicação; Relações Públicas; Visibilidade Midiática; Teoria do Acontecimento.	A palavra memória não é referenciada;	Jones Machado	2015
Comunicação organizacional para a sustentabilidade: os relatórios de sustentabilidade GRI	Comunicação; Comunicação Organizacional; Sustentabilidade; Relatórios GRI.	A palavra memória não é referenciada;	Isaura Mourão Generoso	2015
Comunicação organizacional: um novo cenário X uma velha postura?	Sociedade em Rede; Ética; Responsabilidade Social Empresarial; Sustentabilidade; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Marlene Branca Solio	2015

Comunicação pública na web: uma reflexão sobre a aplicação dos princípios da web 2.0 no fazer comunicacional	Comunicação Pública, Web 2;0, Cibercultura, Internet.	A palavra memória não é referenciada;	Alberto Marques Silva	2015
Comunicação pública, tecnologias e assessoria de imprensa no âmbito público	Paradigmas da Comunicação; Comunicação Pública; Assessoria De Comunicação; Software.	A palavra memória não é referenciada;	Ailanda Ferreira Tavares; Adriana C; Omena dos Santos	2015
Comunicação pública: realidade ou utopia? Percepção dos assessores de comunicação governamental sobre a comunicação pública	Comunicação Pública; Comunicação Governamental; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada;	Tânia Silva de Almeida; Amanda Marcolin Simon	2015
Comunicação, imagem e reputação: um estudo do Bannisul que move seus clientes que movem a marca	Comunicação; Imagem; Reputação; Bannisul.	A palavra memória não é referenciada;	Daniela Seibt	2015
Configuração do campo da comunicação organizacional no Brasil: problematização, possibilidades e potencialidades	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Problemas; Potencialidades; Epistemologia.	A palavra memória não é referenciada;	Ivone de Lourdes Oliveira	2015
Construção de sentidos no contexto das organizações: cultura, comunicação e trabalho em editoriais	Comunicação e Trabalho; Cultura; Construção de Sentidos; Editoriais.	A palavra memória não é referenciada;	Gislene Feiten Haubrich	2015
Contribuições para uma compreensão complexa da comunicação no contexto das organizações	Complexidade; Comunicação Organizacional; Comunicação Complexa.	A palavra memória não é referenciada;	Lidiane R de Amorim; Cleusa Maria Andrade Scroferneker; Rosângela Florczak de Oliveira	2015
Deslocamentos entre o imaginário e o real: biopolítica à luz das metáforas cinematográficas em "Fale com Ela"	Poder; Biopolítica; Relações; Metáforas; Resiliência.	A palavra memória não é referenciada;	Daniela de Oliveira Canin	2015
Dinâmica dos públicos e da opinião pública na construção da influência: estudo de caso no contexto dos protestos de junho de 2013	Relações Públicas; Públicos; Mobilização Social; Comunicação Pública; Opinião Pública.	A palavra memória não é referenciada;	Márcio Simeone Henriques	2015

Diversidade no trabalho: valores organizacionais e adesão a normas de relacionamento com a população LGBT	Cultura Organizacional; Valores Organizacionais; Diversidade Cultural; Minorias; LGBT.	A palavra memória não é referenciada;	Ricardo Goncalves de Sales	2015
Divulgação científica universitária: oportunidades para a Universidade do Estado de Santa Catarina	Comunicação Universitária; Universidade; Divulgação Científica; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Laís Campos Moser	2015
Ensino em comunicação: novos desafios para um novo contexto profissional	Novas Diretrizes Curriculares; Ensino em Comunicação; Ensino em Jornalismo; Mercado de Trabalho; Formação Profissional.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Lúcia Nishida Tsutsui	2015
Gestão de marcas: o espaço da comunicação organizacional nos processos de branding	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Branding; Gestão de Marca.	A palavra memória não é referenciada;	Delcia Maria de Mattos Vidal	2015
Identidade e incubação - contribuições a partir da comunicação organizacional e institucional: experiências de uma incubadora social	Comunicação; Comunicação Organizacional; Identidade; Incubação; Empreendimentos Econômicos Sol.	A palavra memória não é referenciada;	Flavi Ferreira Lisboa Filho	2015
Marketing de conteúdo: um exercício de cartografia - iniciativas e estratégias no setor de energia	Marketing de Conteúdo; Marketing; Content Marketing; Energia; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Tiana Maciel Ellwanger; Felipe Rodrigues Siston	2015
Mídias sociais e o diálogo comercial das organizações	Mídias Sociais; Organizações; Classificações de Públicos; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada;	Anderson de Almeida Cano Ortiz; Camila Augusta Alves Pereira	2015
Mídias sociais e público interno: o uso das redes sociais online de maneira informal	Comunicação Organizacional Dig; Comunicação Interna; Informalidade; Mídias	A palavra memória não é referenciada;	Carolina Frazon Terra	2015

	Sociais; Redes Sociais Online.			
Mudança de <i>habitus</i> e as novas narrativas do campo das relações públicas	Relações Públicas; Comunicação; Campo; Novos Contextos; Novas Narrativas.	A palavra memória não é referenciada;	Emiliana Pomarico Ribeiro	2015
Novas perspectivas para a docência das relações públicas no ensino superior	Docência Ensino Superior; Educação; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada;	Marcelo de Barros Tavares	2015
O exercício comunicacional da ouvidoria em universidades brasileiras	Comunicação; Organizações; Ouvidoria.	A palavra memória não é referenciada;	Tassiara Baldissera Camatti	2015
O papel das relações públicas nos processos de fusões: construção de cultura e reconstrução de relacionamentos	Relações Públicas; Fusões; Cultura Organizacional; Opinião Pública; Reputação.	A palavra memória não é referenciada;	Patricia Carla Gonçalves Salvatori	2015
Organitelling: uma proposta de utilização das TICS na comunicação interna	Comunicação Organizacional; Comunicação Interna; Mídias Digitais; Tics; Hipertexto.	A palavra memória não é referenciada;	José Pedro Miguel Neto	2015
Percursos da produção temática GP relações públicas e comunicação organizacional - uma primeira aproximação	Produção Temática; Relações Públicas; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	André Quiroga Sandi	2015
Processos comunicacionais do CIETEC: uma análise etnográfica através do restaurante	Etnografia; Comunicação Orquestral; Processos Comunicacionais; Comunicação Corporativa; CIETEC.	A palavra memória não é referenciada;	Luara Spinola	2015
Produção de sentido na tv corporativa brasileira	Comunicação Organizacional; TV Corporativa; Filosofia da Sensação.	A palavra memória não é referenciada;	Rakelly Calliari Schacht	2015
Públicos organizacionais pela perspectiva do acontecimento: algumas implicações teóricas e práticas para as relações públicas	Públicos; Acontecimento; Relações Públicas; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Fabia Pereira Lima	2015

Relação estresse, estilo de liderança e comunicação interna: estudo realizado entre a chefia e os docentes de ensino superior	Comunicação Interna; Estresse; Estilo de Liderança.	A palavra memória não é referenciada;	Mauricio Benicio Valadao	2015
Relações públicas comunitárias: uma leitura a partir de Boaventura de Sousa Santos	Relações Públicas Comunitárias; Boaventura de Sousa Santos; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Ivana Ferreira Lermen	2015
Relações públicas na contemporaneidade: profissionais sacerdotes ou profetas na contemporaneidade digital?	Campo; Relações Públicas; Contemporaneidade Digital.	A palavra memória não é referenciada;	Bianca Marder Dreyer	2015
Representações da responsabilidade social de um dos maiores bancos brasileiros: o que clientes e funcionários têm em comum	Responsabilidade Social; Representações; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Luiza Mônica Assis da Silva	2015
Representações dos movimentos populares na mídia e como eles se representam; visibilidade pública e perspectivas cívicas	Movimentos Populares; Mainstream Media; Civismo; Relações Públicas Populares; Cidadania.	A palavra memória não é referenciada;	Cicilia Maria Krohling Peruzzo	2015
Sociabilidade, tecnologia e diálogo: é preciso humanizar a comunicação	Diálogo; Sociabilidade; Comunicação; Humanização; Tecnologia.	A palavra memória não é referenciada;	Ellida Neiva Guedes; Protásio César dos Santos	2015
Sofrimento e comunicação no mundo do trabalho	Mundo Do Trabalho; Comunicação Organizacional; Sofrimento; Relações de Trabalho.	A palavra memória não é referenciada;	Mônica Carvalho de Oliveira; Cássia Aparecida Lopes da Silva	2015
Um modelo organizacional bidirecional de gestão da comunicação em TI	Comunicação Organizacional; Gestão da Comunicação; Governança e Comunicação; TIC.	A palavra memória não é referenciada;	Viviane Fushimi Velloso	2015
Visibilidade UFG: uma reflexão sobre as ações de relacionamento entre assessoria de comunicação e mídia	Relações Públicas; Mídia; Assessoria de Imprensa; Auditoria de Imagem.	A palavra memória não é referenciada;	Daiana Stasiak; Rhayssa Fernandes Mendonça	2015

"Fotoassessorismo": uma breve análise sobre o uso de imagens na sala de imprensa do IBGE	Assessoria de Imprensa; IBGE; Fotografia; "Fotoassessorismo".	A palavra memória não é referenciada;	Diana Paula de Souza	2015
A comunicação das organizações para a sustentabilidade	Comunicação; Comunicação Organizacional; Comunicação para a Sustentabilidade; Organizações; Sustentabilidade.	A palavra memória não é referenciada;	Margarida Maria Krohling Kunsch; Iara Maria Da Silva Moya; Pedro Ulsen	2014
A comunicação no Intercom Norte 2014: o presencial, a internet e a telefonia como ambientes de divulgação	Intercom; Congressos Regionais; Comunicação; Amazônia.	A palavra memória não é referenciada;	Helaine Ferreira Cavalcante	2014
A comunicação organizacional, as redes sociais e as fan pages – o caso "Dove pela real beleza"	Comunicação Organizacional; Tecnologias; Redes Sociais; Fan Pages; Dove.	A palavra memória não é referenciada;	Margareth de Oliveira Michel	2014
A comunicação pública como estratégia instituinte para a defensoria pública	Interação; Instituição; Estratégia; Comunicação Pública; Defensoria Pública.	A palavra memória não é referenciada;	Fiorenza Zandonade Carnielli	2014
A comunicação universidade-sociedade	Comunicação; Universidade; Agentes com Influência.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Karin Nunes	2014
A emergência das narrativas organizacionais	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Organização; Narrativa Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Larissa Conceição dos Santos	2014
A produção científica em comunicação organizacional e relações públicas no Brasil: algumas aproximações	Comunicação Organizacional; Relações Públicas; Produção Científica.	A palavra memória não é referenciada;	Cleusa Maria Andrade Scroferneker	2014
A sustentabilidade no processo de aquisição do ABN AMRO Real pelo Santander	Comunicação Organizacional; Fusões e Aquisições; Reputação; Sustentabilidade.	A palavra memória não é referenciada;	Patricia Carla Gonçalves Salvatori	2014

A visão do jornalista assessor de imprensa acerca de suas práticas: aproximações entre a comunicação organizacional e o jornalismo	Comunicação Organizacional; Jornalismo; Assessoria de Imprensa; Práticas Comunicativas.	A palavra memória não é referenciada;	Juliana Bulhões Alberto Dantas	2014
As organizações e os indivíduos: interações metafóricas e processos subjetivos	Cultura Organizacional; Metáforas Cinematográficas; Poder; Teoria da Complexidade.	A palavra memória não é referenciada;	Cibele Maria Ferraz; Carlos Augusto Gonçalves Camilotto; Daniela de Oliveira Canin; Boanerges Balbino Lopes Filho	2014
As organizações nas mídias sociais: as estratégias de polidez da prefeitura de Curitiba no facebook	Comunicação Organizacional; Pragmática; Polidez; Prefeitura de Curitiba; Facebook.	A palavra memória não é referenciada;	Francieli Aparecida Traesel; Naiara Longhi Maia	2014
Aspectos do trabalho e da cultura em grandes agências de publicidade do Brasil: a comunicação organizacional e os desafios da sustentabilidade	Trabalho Publicitário; Agências de Publicidade; Comunicação Organizacional; Cultura; Sustentabilidade Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Daniela Ferreira de Oliveira	2014
Atuação das universidades brasileiras nas mídias sociais: análise de boas práticas no facebook	Comunicação; Comunicação Integrada; Universidades; Mídias Sociais.	A palavra memória não é referenciada;	Danielle Tavares Teixeira	2014
Caracterização da tv corporativa no Brasil	Comunicação Organizacional; TV Corporativa; Comunicação Audiovisual.	A palavra memória não é referenciada;	Rakelly Calliari Schacht	2014
Comunicação e sustentabilidade nas grandes empresas varejistas: uma análise no varejo do estado de São Paulo	Comunicação; Sustentabilidade; Varejo; Estado de São Paulo.	A palavra memória não é referenciada;	Luiz Carlos de Macedo	2014

Comunicação governamental – entre a comunicação pública e a política: a experiência da prefeitura municipal de Fortaleza	Comunicação Governamental; Comunicação Pública; Comunicação Política; Opinião Pública; Prefeitura de Fortaleza.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Javes Andrade da Luz	2014
Comunicação intercultural: desafios e possibilidades para as organizações multinacionais	Comunicação Intercultural; Organizações Multinacionais; Contexto Global.	A palavra memória não é referenciada;	Ana Cristina da Costa Piletti Grohs	2014
Comunicação interpessoal e humanização no ambiente organizacional: uma experiência de engajamento com o team building social	Humanização; Engajamento; Comunicação Interpessoal; Relações Pública.	A palavra memória não é referenciada;	Silvana Maria Nader	2014
Comunicação organizacional (re)significada pelas cooperativas de economia solidária: um novo olhar para o planejamento estratégico de comunicação	Comunicação Organizacional; Economia Solidária; Planejamento de Comunicação; Paradigma da Complexidade.	A palavra memória não é referenciada;	Caroline Delevati Colpo	2014
Comunicação organizacional e ergologia no trabalho associado	Trabalho; Trabalho Associado; Comunicação Organizacional; Ergologia.	A palavra memória não é referenciada;	Vera Regina Schmitz	2014
Comunicação organizacional e sua interação com a comunicação pública	Comunicação Organizacional; Comunicação Pública; Responsabilidade Sócio-Ambient; Democracia; Redes Sociais.	A palavra memória não é referenciada;	Maria José da Costa Oliveira; Heloiza Matos	2014
Credibilidade, dispositivos, crenças e a virtualização das organizações	Comunicação Organizacional; Virtualização; Crença; Dispositivos.	A palavra memória não é referenciada;	André Quiroga Sandi	2014
Cultura organizacional e as disputas no cenário contemporâneo os processos de comunicação como instrumento de mediação	Esfera Pública; Comunicação; Cultura Organizacional; Identidade; Poder.	A palavra memória não é referenciada;	Carlos Augusto Gonçalves Camilotto	2014
Ensino-aprendizagem em relações públicas e o desafio de uma parceria intercultural	Relações Públicas; Interculturalidade; Ensino-Aprendizagem.	A palavra memória não é referenciada;	Raquel Cabral	2014

Interatividade e mudança narrativa: diálogo com o público interno na Petrobras	Comunicação Interna; Cultura Organizacional; Discurso Institucional; House Organ; Interatividade.	A palavra memória não é referenciada;	Isabel Pacheco Sousa	2014
Memória organizacional: estado da arte da pesquisa em comunicação	Memória Organizacional; Comunicação; Estado da Arte.	A palavra memória não é referenciada;	Lucia Maria Marcellino de Santa Cruz	2014
O comunicador organizacional e o cenário da interface da comunicação com a área de tecnologias da informação	Comunicação Organizacional; Tecnologias da Informação e CO; Interação TI e Comunicação.	A palavra memória não é referenciada;	Viviane Fushimi Velloso	2014
O corpo e as ordens teológicas na cultura das organizações empresariais	Corpo; Cultura Empresarial; Ordem Teológica; Biopolítica.	A palavra memória não é referenciada;	Simone Ribeiro de Oliveira Bambini	2014
O papel da comunicação organizacional em processos de transição de cultura nas empresas: estudo de caso	Comunicação; Cultura Organizacional; Comportamento; Mudança Cultural; Valores.	A palavra memória não é referenciada;	Denise Pragana Videira	2014
O papel das relações de comunicação na construção do sentido do trabalho	Comunicação; Sentido do Trabalho; Humanização; Mundo do Trabalho; Relações de Trabalho.	A palavra memória não é referenciada;	Mônica Carvalho de Oliveira	2014
O papel educativo da comunicação interna: uma proposta de formação de competências comunicacionais em literacia digital em ambiente organizacional	Relações Públicas; Comunicação Interna; Educação Corporativa; Competências Comunicacionais.	A palavra memória não é referenciada;	Roseane Andrelo	2014
O pensar e o fazer transformadores nos ambientes empresariais e institucionais sob o prisma de uma terminologia renovadora	Organizações; Terminologia; Renovação; Transformações; Comunicação Organizacional.	A palavra memória não é referenciada;	Boanerges Balbino Lopes Filho	2014
O planejamento estratégico na gestão de informações corporativas: media training na comunicação interna	Comunicação Organizacional; Planejamento Estratégico; Media Training; Comunicação Interna.	A palavra memória não é referenciada;	Camila Steinvascher Machado	2014

O uso da internet para consolidação da democracia por meio da preservação da memória de entidades públicas: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil	Memória Organizacional; Imagem; Reputação; Democracia; Internet.	A palavra memória é referenciada;	Wanessa Valeze Ferrari Bighetti; Roseane Andrelo	2014
Os desafios da gestão de eventos em tempos de padrão FIFA	Elações Públicas; Eventos; Planejamento; Gestão.	A palavra memória não é referenciada;	Ethel Shirashi Pereira	2014
Os heróis organizacionais	Comunicação Organizacional; Novas Narrativas; Micronarrativas; Memória Organizacional; Mitos e Heróis.	A palavra memória não é referenciada;	Emiliana Pomarico Ribeiro	2014
Página em redes sociais como ferramenta estratégica na comunicação em marketing: estudo de caso da “BB nos Esportes”	Marketing Digital; Marca; Redes Sociais; Facebook; Banco do Brasil.	A palavra memória não é referenciada;	Fernanda Cavassana de Carvalho	2014
Perspectivas para relações públicas: do ensino ao mercado	Comunicação; Relações Públicas; Convergência; Ensino; Mercado.	A palavra memória não é referenciada;	Claudia Irene de Quadros	2014
Pesquisa em comunicação: os múltiplos olhares da tese num campo em construção	Campo Científico; Comunicação; Pesquisa; Metodologia; Sistemas Sociais.	A palavra memória não é referenciada;	Tassiara Baldissera Camatti	2014
Produção e consumo de serviços: análise sobre as relações de hospitalidade no contexto do turismo corporativo	Hospitalidade; Serviços; Mobilidade Corporativa; Eventos; Negócios.	A palavra memória não é referenciada;	Aristides Faria Lopes dos Santos	2014
Público interno e crises organizacionais: um estudo abordando a incidência de demissões motivadas pelo uso inadequado das redes sociais digitais	Comunicação Organizacional; Crise Organizacional; Demissões; Manual de Conduta e Ética; Redes Sociais Digitais.	A palavra memória não é referenciada;	Penelope da Silva Almeida Santos; Sonia Aparecida Cabestre	2014
Redes sociais: a estranha e renovada perspectiva na comunicação de organizações	Opinião Pública; Redes Sociais; Redes Sociais Digitais; Mídias Sociais; Relações Públicas.	A palavra memória não é referenciada;	Anderson de Almeida Cano Ortiz; Camila Augusta Alves Pereira	2014

Trabalho: uma dimensão da comunicação organizacional	Comunicação Organizacional; Trabalho; Atividade; Cultura.	A palavra memória não é referenciada;	Gislene Feiten Haubrich	2014
Transparência e accountability na comunicação organizacional do setor público: impactos da lei de acesso à informação	Comunicação Pública; Comunicação Organizacional; Transparência; Accountability.	A palavra memória não é referenciada;	Marcus Vinicius de Jesus Bonfim	2014
Um olhar sobre a responsabilidade socioambiental na lógica da sociedade de controle: um estudo exploratório do Projeto Planeta Sustentável do Grupo Abril	Responsabilidade Socioambiental; Comunicação Institucional; Sociedade de Controle.	A palavra memória não é referenciada;	Frederico Augusto Tavares Junior	2014
'Prefs' no facebook: uma mirada no perfil da prefeitura municipal de Curitiba	Comunicação Organizacional; Mídias Sociais; Facebook; Prefeitura de Curitiba.	A palavra memória não é referenciada;	Elza Aparecida de Oliveira Filha	2014
Fonte: Portal da <i>INTERCOM</i> . Disponível em: < http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5 >. Acesso em: 20 nov. 2017.				

APÊNDICE 3

Quadro de Artigos publicados no Grupo de Trabalho *Epistemologia da Comunicação*, da *Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)*. Período 2017-2007.

Artigos publicados no Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação, da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS). Período 2017-2007				
TÍTULO	PALAVRAS-CHAVE	RESUMO/TÍTULO/PALAVRA-CHAVE	AUTOR	ANO
A com-partilha: sobre a comunicação (do) social	Comunicação Social; Filosofia da Comunicação; Epistemologia da Comunicação;	A palavra memória não é referenciada.	Maurício Liesen	2017
A produção do conhecimento como jogo ético: para uma Comunicologia do conhecimento	Conhecimento; Mediação Tecnológica; Epistemologia da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Claudio Martino	2017
América Latina em pauta: um balanço das pesquisas latino-americanas de comunicação em periódicos brasileiros (2012-2016)	América Latina; Pesquisa; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Alan Milhomem da Silva	2017
Afetividade do conhecimento na epistemologia: a subjetividade das escolhas na pesquisa em comunicação	Epistemologia; Alteridade; Subjetividade.	A palavra memória não é referenciada.	Luís Mauro Sá Martino; Angela Cristina Salgueiro Marques	2017
Comunicação trans teoria, gênero e psicanálise	Teorias da Comunicação; Nova Psicanálise; Estudos de Gênero.	A palavra memória não é referenciada.	Potiguara Mendes da Silveira Jr.; Camille Balestieri	2017
A comunicação como ciência básica tardia: uma hipótese para o debate	Epistemologia da Comunicação; Comunicação: ciência aplicada; Comunicação: Ciência Básica.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Signates	2017
Comunicação e hard sciences: possibilidades epistêmicas para o quantitativismo em ciências da comunicação	Epistemologia; Big Data; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Guilherme Antunes; Daniel Torres Guinez;	2017
Os obscuros objetos da tecnocultura caminhos para uma abordagem materialista da tecnologia na comunicação	Automação; Materialidade; Prescrição.	A palavra memória não é referenciada.	Luiza Carolina dos Santos	2017

Pós-disciplinaridade e reflexividade: desafios e oportunidades para a pesquisa em relações públicas	Pós-disciplinaridade; Relações Públicas; Reflexividade.	A palavra memória não é referenciada.	Else Lemos	2017
A cartografia de um campo: singularidades e possibilidades nas relações entre religião e consumo nos trabalhos desenvolvidos na comunicação	Religião; Consumo; Cartografia; Produção Acadêmica.	A palavra memória não é referenciada.	Karla Regina Macena P. Patriota; Carolina Cavalcanti Falcão; Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues	2016
A epistemologia política da comunicação	Epistemologia; Política; Transindividuação; Coletivo; Cultura.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrécia D'Alessio Ferrara	2016
Análise do acontecimento: possibilidades metodológicas	Acontecimento; Metodologia; Pragmatismo.	A palavra memória não é referenciada.	Vera Regina Veiga França; Suzana Cunha Lopes	2016
Biosemiótica como nova fronteira e sua aplicação na comunicação ambiental	Comunicação; Epistemologia; Biosemiótica.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco J. Paoliello Pimenta; Lucas Delecrode Alves	2016
Das materialidades às matérias-primas da comunicação: notas para uma perspectiva teórica geológica	Epistemologia; Materialidades; Mídias; Geologia; Tecnocultura.	A palavra memória não é referenciada.	Marcio Telles	2016
Midiatização: investigações brasileiras e europeias e o midiacentrismo	Midiatização; Mediação; Midiacentrismo; Textualidades;	A palavra memória não é referenciada.	Carlos Alberto de Carvalho	2016
Mudanças teóricas nas trajetórias de funcionalistas e frankfurtianos	Comunicação e inovação, Teorias da Comunicação, Escola de Frankfurt, Teoria Funcionalista.	A palavra memória não é referenciada.	Regina Rossetti	2016
O estranho mundo da informação – e da materialidade - no campo da comunicação	Informação; Novas Mídias; Materialidade; Cibercultura.	A palavra memória não é referenciada.	Liráucio Girardi Júnior	2016
Sobre o tempo de incubação na vivência comunicacional	Comunicação; Fruição;	A palavra memória não é referenciada.	Ciro Marcondes Filho	

	Incubação; Sensação.			2016
Uma bifurcação na estrada: Robert Craig, Luiz C. Martino e a fundamentação do campo da comunicação	Epistemologia; Teoria da Comunicação; História da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Katrine Tokarski Boaventura; Rafiza Varão	2016
A análise cultural	Epistemologia; Estudos Culturais; Análise Cultural; Método Analítico.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Luiza Coiro Moraes	2015
A arte de conversar – existência, epistemologia e comunicação.	Epistemologia da Comunicação; Filosofia; Hermenêutica; Conversação.	A palavra memória não é referenciada.	Daniel Christino	2015
A metodologia dos programas de pesquisa para a comunicação: uma proposta com base em Marshall McLuhan E Harold Innis	Harold Innis; Marshall McLuhan; Programa de Pesquisa; Teorias da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Rodrigo Miranda Barbosa	2015
A retórica na epistemologia da comunicação	Comunicação; Epistemologia, Retórica; Política.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrecia D Alessio Ferrara	2015
Analogias: operações para construção de casos sobre a midiatização e circulação como objetos de pesquisa	Analogia; Midiatização; Circulação; Epistemologia; Metodologia.	A palavra memória não é referenciada.	Jairo Ferreira	2015
Circulação das discussões teóricas e epistemológicas da comunicação no Norte do Brasil	Teorias da Comunicação; Epistemologia da Comunicação; PósGraduação; COMPÓS; Região Norte.	A palavra memória não é referenciada.	Maria Ataide Malcher; Suzana Cunha Lopes; Fernanda Chocron Miranda	2015
Interdisciplinaridade e comunicação: um levantamento crítico	Epistemologia da Comunicação; Interdisciplinaridade; Crítica à Interdisciplinaridade.	A palavra memória não é referenciada.	Katrine Tokarski Boaventura	2015
O grau zero da comunicação	Imitação; Invenção; Grau Zero; Gabriel Tarde; Comunicação; Interação.	A palavra memória não é referenciada.	José Luiz Braga	2015
Pensamento sistêmico-ecológico: Luhmann, McLuhan e o sujeito	Teoria da Comunicação; Teoria dos Sistemas; Ecologia das Mídias.	A palavra memória não é referenciada.	Adriana A. Braga;	2015

			Adriano Duarte Rodrigues	
Pierre Bourdieu: mercados lingüísticos e poder simbólico	Habitus Linguístico; Héxis; Capital Simbólico; Mercado Linguístico; Poder Simbólico.	A palavra memória não é referenciada.	Liráucio Girardi Júnior	2015
A comunicação como metáfora para compreensão do social	Comunicação; Metáfora; Social.	A palavra memória não é referenciada.	Carlos Alberto de Carvalho	2014
A comunicação: da epistemologia ao empírico	Comunicação; Epistemologia; Empíria; Dúvida; Pergunta.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrecia D'Alessio Ferrara	2014
Comunicação digital, mudanças cognitivas e pragmaticismo	Epistemologia; Comunicação; Pragmaticismo.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco José Paoliello Pimenta	2014
Economia, abundância e diversidade: a pertinência da avaliação qualitativa nos processos comunicacionais	Epistemologia; Tradução Semiótica; Diversidade.	A palavra memória é referenciada.	Paulo Roberto Masella Lopes	2014
Os vínculos, a massa, as manifestações: teoria da comunicação e psicanálise	Teorias da Comunicação; Nova Psicanálise; Manifestações de Rua.	A palavra memória não é referenciada.	Aristides Alonso; Potiguara Mendes da Silveira Jr	2014
Processo midiático e o problema do triplo isolamento	Processo Midiático; Midiatização; Campo Midiático.	A palavra memória não é referenciada.	Pedro Benevides	2014
Recolocar a recepção: uma análise a partir dos meios de comunicação	Recepção; Teorias da Comunicação; Meios de Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Claudio Martino	2014
Stuart Hall a partir do Brasil	Stuart Hall; Teoria da Comunicação; Estudos Culturais.	A palavra memória não é referenciada.	Liv Sovik	2014
Trilhas da investigação epistemológica: o GT epistemologia da comunicação da COMPÓS	Epistemologia; Teoria da Comunicação; Pesquisa; Compós.	A palavra memória não é referenciada.	Luis Mauro Sá Martino	2014

Um conhecimento aforístico	Aforismo; Conhecimento; Aforístico; Pensamento Aforístico; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	José Luiz Braga	2014
A epistemologia de uma comunicação indecisa	Comunicação; Epistemologia; Metodologia.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrécia D'Alessio Ferrara	2013
A máxima pragmática e a pesquisa em comunicação	Epistemologia; Comunicação; Pragmaticismo.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco José Paoliello Pimenta	2013
Crítica e metacrítica: contribuição e responsabilidade das teorias da comunicação	Teorias da Comunicação; Teoria Crítica; Crítica e Metacrítica.	A palavra memória não é referenciada.	Vera R. Veiga França	2013
Do paradigma ao cosmograma. Sete contribuições da teoria ator-rede para a pesquisa em comunicação	Comunicação; Teoria Ator-Rede; Epistemologia.	A palavra memória não é referenciada.	André Holanda; André Lemos	2013
Modalidades e derivações da comunicação no mundo da vida: sentidos, experiência e interação	Comunicação; Epistemologia; Fenomenologia.	A palavra memória não é referenciada.	Luís Mauro Sá Martino; Ângela Cristina Salgueiro Marques	2013
O revirão e o ciborgue: teoria da comunicação e psicanálise	Teorias da Comunicação; Ciborgue; Nova Psicanálise.	A palavra memória não é referenciada.	Potiguara Mendes da Silveira Jr.	2013
Peirce e Hegel: possíveis convergências e tensões com a dialética marxiana	Epistemologia; Semiótica; Dialética; Método.	A palavra memória não é referenciada.	Jairo Ferreira; Rafael Hiller; Fernanda Miron	2013
Questões epistemológicas em torno do uso da teoria lacaniana dos discursos na área de comunicação	Discursos; Lacan; Comunicação; Mídia; Epistemologia.	A palavra memória não é referenciada.	Julio Cesar Lemes de Castro	2013
Sobre o conceito de comunidade na comunicação	Communitas; Vinculação;	A palavra memória não é referenciada.		

	Objeto da Comunicação.		Eduardo Yuji Yamamoto	2013
Um autômato espiritual pode ser forçado a pensar? Reflexões sobre a capacidade de avaliar os efeitos da comunicação no outro	Comunicação; Metáforo; Sobreposição de Meios.	A palavra memória não é referenciada.	Ciro Marcondes Filho	2013
A comunicação no sentido estrito e o metáforo - ou porque a nova teoria não é estudo de recepção, etnografia nem tem a ver com Edgar Morin	Estudos de Recepção; Bergson; Afecção; Percepção; Etnografia; Morin; Cognitivismo.	A palavra memória não é referenciada.	Ciro Marcondes Filho	2012
A comunicação entre hábito e consciência	Não disponível na página da COMPÓS.	A palavra memória não é referenciada no título e resumo.	Lucrecia D'Alessio Ferrara	2012
A música tensionada entre a logosfera e a semiosfera: um ponto de vista heurístico para se pensar a epistemologia da comunicação	Logosfera; Semiosfera; Música.	A palavra memória não é referenciada.	Paulo Roberto Masella Lopes	2012
Da exogenia aos dispositivos: roteiro para uma teorização autônoma da comunicação	Epistemologia da comunicação; Exogenia; Dispositivo.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Signates	2012
Do debate epistemológico à sala de aula: a disciplinarização da epistemologia no ensino da(s) teoria(s) da comunicação	Teoria da Comunicação; Epistemologia; Ensino.	A palavra memória não é referenciada.	Luís Mauro Sá Martino	2012
Dos objetos da comunicação à experiência estética: discursividades estéticas nas teorias da comunicação	Estética; Comunicação; Sensibilidade.	A palavra memória não é referenciada.	Benjamim Picado	2012
Interação como contexto da comunicação	Agonística; Dispositivos Interacionais; Nova Teoria.	A palavra memória não é referenciada.	José Luiz Braga	2012
Pela adoção da perspectiva da pertinência em pesquisas comunicacionais	Pertinência; Comunicação; Pesquisa; Hermenêutica.	A palavra memória não é referenciada.	Carlos Alberto de Carvalho; Leandro Lage	2012
Poder das formações: o artista, o rei, a rainha, o quadro, o filme...	Não disponível na página da COMPÓS.	A palavra memória não é referenciada no título e resumo.	Potiguara Mendes da Silveira Jr.	2012

Proposições que circulam sobre a epistemologia da comunicação: alguns sabores diferenciados possíveis em um espaço reflexivo	Epistemologia; Comunicação; Objeto; Campo; Obstáculo.	A palavra memória não é referenciada.	Jairo Ferreira	2012
A comunicação entre mediações e interações	Comunicação; Epistemologia; Mediação; Interação.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrécia D'Alessio Ferrara	2011
A trajetória da publicística como proposta criadora de uma ciência da comunicação autônoma nos países de língua alemã	Publicística; Ciência da Comunicação na Alemanha; História do Pensamento Comunicacional.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco Rüdiger	2011
Aportes para a concepção do conceito goffmaniano de enquadramento e suas interconexões com a noção de contexto	Enquadramento; Contexto; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Carlos Alberto de Carvalho	2011
De repente, o prédio falou comigo. Anotações sobre experiências metapóricas em teoria da comunicação	Conceito de comunicação; Metáforo; Paradigmas da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Ciro Marcondes Filho	2011
Dispositivos interacionais	Dispositivos Interacionais; Epistemologia; Fenômeno Comunicacional.	A palavra memória não é referenciada.	José Luiz Braga	2011
Do antagonismo entre teoria e prática e uma práxis da comunicação	Epistemologia; Comunicação; Formação Profissional; Práxis.	A palavra memória não é referenciada.	Laan Mendes de Barros	2011
Encruzilhadas do campo científico da comunicação – ou: em busca de uma epistemologia ontológica	Comunicação; Epistemologia; Ontologia.	A palavra memória não é referenciada.	Gilson S. Raslan Filho	2011
Epistemologia da comunicação na democracia: a centralidade do conceito de comunicação na análise dos processos políticos	Epistemologia da Comunicação; Comunicação e Política.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Signates	2011
Epistemologia dos estudos culturais: da dialética ao materialismo cultural	Estudos Culturais; Método Dialético; Materialismo Cultural.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Luiza Coiro Moraes	2011
Por uma epistemologia transmetodológica no campo da comunicação	Transmetodologia; Epistemologia; Comunicação;	A palavra memória não é referenciada.	Lisiane Machado Aguiar	2011
A comunicação como campo de sentidos em disputa	Comunicação; Mundo do Trabalho; Organização; Discurso.	A palavra memória não é referenciada.	Roseli Figaro	2010
A construção de hipóteses: entre o método e os contextos de produção	Campo epistemológico; Método; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Jairo Ferreira	2010

A epistemologia da comunicação e o grupo da UNISINOS	Epistemologia; Comunicação; Representação.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco José Paoliello Pimenta	2010
A dissolução dos estudos culturais: consenso genealógico e indefinição epistemológica	Estudos Culturais; Epistemologia; Teoria da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luís Mauro Sá Martino	2010
A inversão do olhar: perspectivas para a análise de discurso nos estudos da comunicação	Teoria da Comunicação; Análise do Discurso; MST; Ruína Discursiva.	A palavra memória não é referenciada.	Kleber Mendonça	2010
Discurso midiático como experiências do sentido. Por uma tipologia das interações discursivas	Enunciação; Interação Discursiva; Identidades; Tipologia de Sujeitos.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Claudia de Oliveira	2010
Do conceito de um Deus perfeito e único a teorias que não dialogam: comunicação, epistemologia e compreensão	Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Compreensão.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas A. Künsch	2010
Dois estágios da comunicação versus efeitos limitados: uma releitura	Dois Estágios da Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Teorias da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Claudio Martino	2010
Nem rara, nem ausente – tentativa	Probabilidade; Comunicação Tentativa; Dispositivos Interacionais; Inferências Abdutivas.	A palavra memória não é referenciada.	José Luiz Braga	2010
A comunicação como espetáculo epistemológico	Comunicação; Espetáculo; Dispositivo; Contemporâneo.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrécia D'Alessio Ferrara	2010
A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões	Atualidade Mediática; Epistemologia da Comunicação; Objeto de Estudo da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz C. Martino	2009
A visualidade como paradigma da comunicação enquanto ciência moderna e pósmoderna	Epistemologia; Comunicação; Imagem; Visualidade.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrécia D'Alessio Ferrara	2009
Aquém, em e além do conceito: comunicação, epistemologia e compreensão	Comunicação; Epistemologia; Compreensão.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas A. Künsch	2009

Comunicação e produção semiótica do sentido	Semiótica Greimasiana; Percurso Gerativo do Sentido; Significação; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Claudia de Oliveira	2009
De que campo do jornalismo estamos falando?	Campo Jornalístico; Campo Epistêmico; Campo Científico.	A palavra memória não é referenciada.	Gislene Silva	2009
Degenerescência e revirão: convergência útil para o campo da comunicação?	Semiótica; Psicanálise; Mudanças Cognitivas.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco José Paoliello Pimenta; Potiguara Mendes da Silveira Jr.	2009
Dos discursos midiáticos ao objeto dos discursos	Comunicação; Discursos Midiáticos; Epistemologia; Objeto.	A palavra memória não é referenciada.	Francilene Alves Brito; Charo Lacalle	2009
Inter-relações comunicação e consumo, receptor e consumidor	Comunicação; Consumo; Interações Comunicação; Consumo; Consumidor e Receptor.	A palavra memória não é referenciada.	Maria Aparecida Baccega	2009
Notas de uma auto-análise a partir de um olhar sobre o método	Epistemologia; Comunicação; Método.	A palavra memória não é referenciada.	Jairo Ferreira	2009
Paradigmas e perspectivas epistemológicas dos estudos da comunicação organizacional	Comunicação; Organizações; Estudos; Paradigmas; Teorias.	A palavra memória não é referenciada.	Margarida M. Krohling Kunsch	2009
A imagem da subjetividade e as virtualidades heteronímicas no pensamento da comunicação	Pensamento; Subjetivação; Heteronímia.	A palavra memória não é referenciada.	Rodrigo Fonseca e Rodrigues	2008
A telenovela como narrativa da nação notas para uma experiência metodológica em comunidade virtual	Pesquisa Virtual; Telenovela; Narrativas da Nação; Comunidade Virtual.	A palavra memória não é referenciada.	Maria Immacolata; Vassallo de Lopes	2008
Analogias, comparações e inferências sobre o método como lugar de identidade	Epistemologia; Comunicação; Método.	A palavra memória não é referenciada.	Jairo Ferreira	2008
Classificação e exame crítico da literatura sobre história da comunicação	História da Comunicação; Epistemologia da	A palavra memória não é referenciada.	Luiz C. Martino	2008

	Comunicação; Pensamento Comunicacional.			
Controvérsias sobre a cientificidade da linguagem	Ciência; Ícones; Metáforas; Conceitos; Interpretação.	A palavra memória não é referenciada.	Irene Machado	2008
Ecologia da comunicação: uma compreensão semiótica	Ecologia da Comunicação; Ecossistemas Comunicacionais; Ecossemiótica.	A palavra memória não é referenciada.	Mirna Feitoza Pereira	2008
Indeterminação; o “admirável”; a crescente comunicabilidade	Comunicação; Epistemologia; Semiótica.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco José Paoliello Pimenta	2008
Os meios ou as mediações: qual o objeto de estudo da comunicação?	Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Meios e Mediações.	A palavra memória não é referenciada.	Laan Mendes de Barros	2008
Radical indeterminação: epistemologia e objeto científico da comunicação	Comunicação; Epistemologia; Objeto Científico; Interação; Investigação.	A palavra memória não é referenciada.	Lucrécia D’Alessio Ferrara	2008
Vidro: o grau zero da visibilidade	Visibilidade; Visualidade; Mimese.	A palavra memória não é referenciada.	Paulo Masella	2008
A linguagem como mediação da intuição	Comunicação e Filosofia; Intuição e Mediação; Linguagem e Criação.	A palavra memória não é referenciada.	Regina Rossetti	2007
Algumas linhagens de construção do campo epistemológico da comunicação	Epistemologia; Comunicação; Mídia; Dispositivo.	A palavra memória não é referenciada.	Jairo Ferreira	2007
Comunicação, disciplina indiciária	Campo da Comunicação; Paradigma Indiciário; Modelos Epistemológicos; Inferências.	A palavra memória não é referenciada.	José Luiz Braga	2007
Comunicação, disciplinaridade e pensamento complexo	Campo da Comunicação; Pensamento complexo; Transdisciplinaridade.	A palavra memória não é referenciada.	Maria Immacolata Vassallo de Lopes	2007
Comunicação: entre o espaço visível do meio técnico e o invisível do acontecimento	Visibilidade; Técnica; Acontecimento.	A palavra memória não é referenciada.	Paulo Masella	2007
Contribuições de G.H. Mead para pensar a comunicação	A autora não apresenta palavra-chave.	A palavra memória não é referenciada.	Vera V. França	2007

Em contexto, fora de contexto: experiências sistêmicas nos estudos da comunicação como mente da cultura	Contexto; Ecologia; Interação.	A palavra memória não é referenciada.	Irene Machado	2007
Em meio ao desencanto: a comunicação fundada no pensamento mecânico-funcional	Desencanto; Funcionalismo; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Malena Segura Contrera	2007
O acontecimento comunicacional	Comunicação; Incomunicação; Caos Epistemológico.	A palavra memória não é referenciada.	Tarcyanie Cajueiro Santos	2007
Semiótica, como teoria da representação, e o campo da comunicação	Comunicação; Semiótica; Representação.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco José Paoliello Pimenta	2007

Fonte: Portal da *COMPÓS*. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/anais.php>>. Acesso em: 20 nov. 2017.

APÊNDICE 4

Quadro de Artigos Publicados no Grupo de Pesquisa *Teorias da Comunicação*, da *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)*.
Período 2017 – 2007.

Artigos Publicados no Grupo de Pesquisa <i>Teorias da Comunicação</i>, da <i>Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)</i>. Período 2017-2007				
TITULO	PALAVRAS-CHAVE	RESUMO/TÍTULO/PALAVRA-CHAVE	AUTOR	ANO
A produção de sentido do sujeito jornalista no processo comunicativo: codificação e decodificação na dialética da consciência histórica	Análise Cultural; Jornalismo; Identidade; Memória; Estudos Culturais.	A palavra memória é referenciada.	Gerson de Sousa	2017
A comunicação como a revelação do novo: uma discussão sobre a nova teoria da comunicação	Nova Teoria da Comunicação; Acontecimento; Heidegger; Deleuze.	A palavra memória não é referenciada.	Deodato Rafael Libanio de Paula; Benedito Diélcio Moreira	2017
A(s) Arqueologia(s) das mídias em quatro teses	Arqueologia das Mídias; História das Mídias; Materialidades da Comunicação; Metodologia; Teorias de Mídia Alemãs.	A palavra memória não é referenciada.	Marcio Telles	2017
As mídias sociais e o seu papel de agendamento dos veículos de comunicação tradicionais: o caso de injúria racial na cidade de Muriaé	Agendamento; Mídias Sociais; Injúria Racial.	A palavra memória não é referenciada.	Danielle Tristão Bittar; Marco José de Souza; Luiz Ademir de Oliveira	2017
Da pré-conformação à legitimação científica: breve panorama das pesquisas de rádio no Brasil	Rádio - Brasil; Epistemologia da Comunicação; Comunicação Radiofônica.	A palavra memória não é referenciada.	Mauro C. Feitosa Maia	2017
De mediações em mediações	Mediações; Materialidade; Tecnicidade.	A palavra memória não é referenciada.	Liráucio Girardi Júnior	2017

Entre o verdadeiro e o falso: a manufatura da informação na era da pós-verdade	Fabricação da Notícia; Pós-Verdade; Flusser; Prosumer; Manejo da Informação.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Paula de Moraes Teixeira	2017
Ética nos anais da Intercom entre 2007 e 2016: seleção do corpus; desafios metodológicos e análise quantitativa	Ética; Intercom; Estado da Arte; Pesquisa.	A palavra memória não é referenciada.	Thiago A. Caminada; Grazielle Guimarães dos Santos	2017
Filmes como organizadores prévios na aprendizagem significativa de teoria e metodologia em comunicação	Aprendizagem Significativa; Teorias da Comunicação; Metodologia Em Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Emanuely Vargas; Mauricio de Souza Fanfa; Juliana Petermann; Ada Cristina Machado Silveira	2017
Larga isso e vem brincar. reflexões sobre os processos de mediação em experiências com a infância	Mediação; Mídiação; Infância.	A palavra memória não é referenciada.	Natacha Stefanini Canesso; Nelson Soares	2016
Lula e os procuradores: comunicação política e as emoções coletivas	Comunicação; Emoção; Retórica; Lula; Procuradores.	A palavra memória não é referenciada.	Jacques A. Wainberg; Fernando Simões Antunes Junior; Angelo Arlindo Carnieletto Muller; Mariana Oselame; Manuel Petrik; Luciana Bukstejn Gomes;	2017

			<p>Lorena Garibaldi;</p> <p>Matheus Passos Beck;</p> <p>Melanie Caffarate;</p> <p>Leticia Pimenta;</p> <p>Ricardo Cesar Correa Pires Dornelles;</p> <p>Fernanda Locatelli</p>	
O <i>index appeal</i> - apontamentos sobre a questão da verossimilhança na era da pós-verdade	Verossimilhança; Index Appeal; Audiovisual; Pós-Verdade.	A palavra memória não é referenciada.	Jeferson Ferro	2017
O papel da cultura no discurso jornalístico: de Gramsci a Boaventura Sousa Santos	Hegemonia; Cultura; Discurso Jornalístico; Opinião Pública; Pós-Modernidade	A palavra memória não é referenciada.	Luana Meneguelli Bonone	2017
O passageiro do futuro: uma proposta de análise sobre a realidade virtual a partir da teoria crítica da sociedade	Comunicação; Cinema; Teoria Crítica; Cibercultura; Realidade Virtual.	A palavra memória não é referenciada.	Giovanni Guizzo da Rocha	2017
Os programas de pós-graduação em comunicação ibero-americanos: olhares epistemológicos e suas implicações políticas	Pós-Graduação Em Comunicação; Campo da Comunicação; Comunicologia; Estudos Culturais; Ciências Sociais.	A palavra memória não é referenciada.	<p>Leonardo Magalhães Firmino;</p> <p>Marcelo Augusto de Paiva dos Santos;</p> <p>Juliana Colussi</p>	2017
Os paradigmas da comunicação para o desenvolvimento e as novas articulações sociais viabilizadas pelas mídias sociais digitais	Comunicação para o Desenvolvimento; Desenvolvimento Humano; Mobilização Social; Mídias Sociais Digitais.	A palavra memória não é referenciada.	<p>Elza Aparecida Oliveira Filha;</p> <p>Keren Franciane Moura</p>	2017

Para além do círculo semiológico: apontamentos para estudo dos discursos sociais; a partir da articulação entre hermenêutica de Ricoeur	Discurso; Social; Mímesis; Semiose; Sentido.	A palavra memória não é referenciada.	Claudiane Carvalho; Giovandro Ferreira	2017
Possibilidades de uma abordagem ecológica para o estudo das práticas e processos comunicacionais em tempos de midiatização profunda	Midiatização; Jornalismo; Ecologia da Mídia; Ecossistema Midiático.	A palavra memória não é referenciada.	Carolina Teixeira Weber Dall'agnese; Eugenia Mariano da Rocha Barichello	2017
Questões epistemológicas no debate sobre o fim da televisão	Televisão; Meios de Comunicação; Convergência; Teorias da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Brenda Parmeggiani	2017
Reflexões sobre o "período funcionalista" ciespalino	Ciespal; Funcionalismo; Mass Communication Research; Comunicação para o Desenvolvimento.	A palavra memória não é referenciada.	Iury Parente Aragão	2017
Teoria crítica e comunicação na era digital: contribuições do marxismo para a condição midiática contemporânea	Teoria da Comunicação; Teoria Crítica; Marxismo; Cibercultura; Big Data.	A palavra memória não é referenciada.	Tarcísio de Sá Cardoso	2017
Trajectoria do conceito de classe social no campo da comunicação: estudos pioneiros	Classe Social; Campo da Comunicação; Epistemologia; Pesquisa em Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Rafael Grohmann	2017
A comunicação encontra a física: como a crise de paradigmas permite novos diálogos no campo comunicacional	Comunicação; Física; Paradigmas; Transdisciplinaridade; Jornalismo.	A palavra memória não é referenciada.	Carolina Moura Klautau de Araújo Figueiredo	2016
Natureza afetiva da episteme comunicacional	Comunicação; Experiência; Episteme; Hermenêutica; Afeto.	A palavra memória não é referenciada.	Cicélia Pincer Batista	2016
A sociedade do espetáculo 2.0: revisão dos principais conceitos no contexto contemporâneo	Sociedade do Espectáculo; Contemporaneidade; Mídias Digitais.	A palavra memória não é referenciada.	Thiago Álvares da Trindade	2016

A televisão e as teorias da comunicação: o conceito de tv segundo alguns dos principais autores da área	Televisão; Teorias da Comunicação; Tecnologia; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Brenda Parmeggiani	2016
A velocidade na comunicação: questões de emissão e recepção na sociedade da cibercultura	Velocidade; Comunicação; Rede Social; Cibercultura; Recepção.	A palavra memória não é referenciada.	Dirceu Martins Alves	2016
Agenda-setting interpessoal; midiatização e mediações: um possível diálogo teórico	Agenda-Setting; Midiatização; Teoria da Comunicação; Redes Sociais.	A palavra memória não é referenciada.	João Vicente Seno Ozawa; Leandro Leonardo Batista	2016
Algumas considerações sobre o enunciado em Foucault e Bakhtin	Enunciado; Formações Discursivas; Gêneros Discursivos; Discurso	A palavra memória não é referenciada.	Liráucio Girardi Júnior	2016
Contratos comunicativos e zonas de interseção a negociação entre jornalismo; assessoria de imprensa e leitor na construção do discurso informativo	Discurso; Notícia; Assessoria de Imprensa; Contrato; Sentido.	A palavra memória não é referenciada.	Claudiane Carvalho	2016
Contributos para um quadro teórico sobre a comunicação da sustentabilidade?	Comunicação; Sustentabilidade; Teoria; Organizações.	A palavra memória não é referenciada.	Raquel Evangelista	2016
Das ciências da comunicação: reflexão sobre a construção de sentido pelo viés da análise semiótica	Ciências da Comunicação; Análise Semiótica; Sociosemiótica; Produção de Sentido; Discurso Mediático.	A palavra memória não é referenciada.	Ivanise Hilbig de Andrade; Giovandro Marcus Ferreira	2016
Ecosistemas comunicacionais: direções e novos caminhos na Amazônia	Ecosistemas Comunicacionais; Ecologia da Comunicação; Fenômenos Comunicacionais.	A palavra memória não é referenciada.	Elizabeth da Costa Cavalcante; Mateus da Silva Bento; Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud	2016
Enquadramentos nos pronunciamentos oficiais de Dilma Rousseff: um olhar sobre a proteção da face	Enquadramento (Framing); Pronunciamento Oficial; Dilma Rousseff; Proteção da Face (Save Face).	A palavra memória não é referenciada.	Plínio Marcos Volponi Leal; Daniele Marques da Silva Costa	2016

Entre ausências e emergências: a epistemologia do sul; de Boaventura De Souza Santos; e a pesquisa em mídia; religião e política	Mídia; Religião; Política; Epistemologia Do Sul.	A palavra memória não é referenciada.	Magali do Nascimento Cunha	2016
Entre narcisos e ciborgues: o papel da mídia na construção do corpo pós-moderno ideal	Consumo; Corpo; Pós-Modernidade; Imagem; Cultura.	A palavra memória não é referenciada.	Isadora Araújo Santos; Sebastião Guilherme Albano da Costa	2016
Escola latino americana de comunicação e igreja católica: aproximações e contribuições para as ideais comunicacionais latino-americanas	Comunicação; Escola Latino Americana de Comunicação; Igreja Católica; CELAM; América Latina.	A palavra memória não é referenciada.	Ricardo Costa Alvarenga	2016
Estudos culturais e cultura periférica: aproximações possíveis	Teorias Da Comunicação; Estudos Culturais; Cultura Periférica; Movimento Hip Hop.	A palavra memória não é referenciada.	Amanda Rosiéli Fiuza e Silva	2016
Frame analysis: processo de construção de método para pesquisas	Frame Analysis; Enquadramento; Metodologia; Análise de Conteúdo.	A palavra memória não é referenciada.	Luana Meneguelli Bonone	2016
História da comunicação: entre o historiador e o comunicólogo	História da Comunicação; Teoria da Comunicação; Epistemologia da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Claudio Martino	2016
Lacuna teórica do meio de comunicação: análise da relação termo-conceitoargumento em periódicos nacionais	Ciência; Epistemologia; Teorias da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Amanda Luiza S. Pereira; Daniel Costa de Paiva	2016
Medium/forma nas teorias alemãs das mídias: um exercício em “arqueologia epistêmica”	Epistemologia da Comunicação; Estudos de Mídia; Teorias de Mídia Alemãs; Materialidades; Arqueologia das Mídias.	A palavra memória não é referenciada.	Marcio Telles	2016
Metateoria e epistemologia da compreensão: um ensaio sobre a compreensão como método no campo da comunicação	Metateoria; Teoria e Epistemologia da Compreensão; Compreensão como	A palavra memória não é referenciada.	Pedro Debs Brito	2016

	Método; Método Científico; Comunicação e Compreensão.			
Mutações no campo da comunicação social ou por que os cursos e suas habilitações do século XX estão perdendo sentido	Convergência Midiática; Comunicação; Economia Criativa.	A palavra memória não é referenciada.	Amilcar Almeida Bezerra; Izabela Domingues da Silva; Rodrigo Miranda Barbosa	2016
O consumo da loucura: um ensaio sobre a loucura de não consumir	Consumo; Comunicação; Loucura.	A palavra memória não é referenciada.	Fárida Monireh Rabuske Kuntz	2016
O inter-humano e a tensão constitutiva do ser na linguagem: excesso; falta e acabamento na estética e na ética a partir de Bakhtin	Linguagem; Inter-Humano; Teorias; Mikhail Bakhtin.	A palavra memória não é referenciada.	Leila Salim Leal	2016
O Vaticano e os conflitos no Oriente Médio: o agendamento no jornal l'Osservatore Romano	Comunicação; Agenda-Setting; Jornal L'Osservatore Romano.	A palavra memória não é referenciada.	Lorena Barros Garibaldi	2016
Sob a ditadura do tempo: a cultura da imprensa	Tecnologias; Percepção do Tempo; Imprensa; Teorias da Comunicação Social.	A palavra memória não é referenciada.	Emmerson Aguilar	2016
A circulação em tempos de convergência midiática: uma análise do meme et revoltado	Circulação; Meme; Spreadability; Fluxo; Obra De Arte.	A palavra memória não é referenciada.	Pedro Carlos de Souza	2015
A comunicação a partir do humano e do material: o conceito de tecnologia em Álvaro Vieira Pinto e implicações para as teorias da comunicação	Comunicação; Humano; Material; Tecnologia; Teorias.	A palavra memória não é referenciada.	Rafael Grohmann	2015
A Escola De Atenas; o pensamento compreensivo e a comunicação	Comunicação; Teorias da Comunicação; Pensamento Compreensivo; Escola de Atenas; Raffaello Sanzio.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas A. Künsch	2015
A espiral do silêncio e as representações sociais: os meios de comunicação; a legitimação e a naturalização	Espiral do Silêncio; Teorias da Comunicação; Representações Sociais; Meios de Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Rhayssa Fernandes Mendonça; Claudomilson Fernandes Braga	2015

A hipótese de terceira pessoa: entre os blogueiros sujos e a imprensa tradicional	Teorias da Comunicação; Hipótese de Terceira Pessoa; Blogs Sujos; Imprensa Tradicional; Eleições 2014.	A palavra memória não é referenciada.	Caio Cardoso de Queiroz	2015
A produção de sentido no processo comunicativo: a construção da entrevista como conflito na memória e identidade do sujeito jornalista	Entrevista; Memória; Identidade; Jornalismo; Comunicação.	A palavra memória é referenciada.	Gerson de Sousa	2015
A sociedade do espetáculo como linguagem	Linguagem; Sociedade do Espetáculo; Fetiche da Mercadoria; Subjetividade; Outro.	A palavra memória não é referenciada.	José Isaiás Venera	2015
A tecnologia digital cria um novo contorno na comunicação	Comunicação; Redes Sociais; Big Data; Ciberespaço; Cibernética.	A palavra memória não é referenciada.	Dulce Margareth Boarini	2015
A tecnologia digital na conformação da experiência afetivo-sexual	Redes Sociais Digitais; Pós-Humanismo; Atopia; Transorganicidade; Ciborgue.	A palavra memória não é referenciada.	Raquel Cristina Melo Corrêa	2015
Accountability social e jornalismo: um exercício teórico de comunicação	Democracia; Comunicação Política; Accountability Social.	A palavra memória não é referenciada.	Felipe Rodrigues Siston; Tiana Maciel Ellwanger	2015
Agir comunicativo na negociação integrativa	Comunicação de Inovação; Negociação; Habermas.	A palavra memória não é referenciada.	Regina Rossetti; Murilo Furtado de Mendonça Junior	2015
Apontamentos para a pesquisa do audiovisual em plataformas de vídeo	Youtube; Interface; Audiovisual da Web; Usuário; Plataformas de Vídeo; Metodologias de Pesquisa.	A palavra memória não é referenciada.	Sonia Montaño	2015
Assemblagem para os estudos de recepção em comunicação: a materialidade dos meios e a construção de auditórios	Estudos de Recepção; Comunicação; Materialidade; Assemblagem.	A palavra memória não é referenciada.	Dirceu Martins Alves	2015

Bandas de passagem de mariana: os reflexos da comunicação de massa na reconstrução do objeto identitário	Comunicação de Massa; Objeto Identitário; Identidade Cultural; Bandas Civis.	A palavra memória não é referenciada.	Eugene Oliveira Francklin	2015
Cinema como tecnologia do imaginário	Teorias da Comunicação; Cinema; Tecnologias do Imaginário.	A palavra memória não é referenciada.	Juliana Tonin; Gabriela Kurtz; Larissa Fraga; Mariana Severo	2015
Comunicação e cidade espetáculo – uma perspectiva filosófica	Comunicação; Cultura; Conhecimento; Tecnologia; Filosofia.	A palavra memória não é referenciada.	Carlos Fernando Leite	2015
Comunicação e contemporaneidade: conceitos e relações para a formação da sociedade.	Comunicação; Sociedade; Pensamento.	A palavra memória não é referenciada.	Caio Mario Guimarães Alcântara; Valéria Cristina Bonini	2015
Comunicação e experiência: sobre a pertinência da hermenêutica filosófica de Hans Georg Gadamer como matriz epistemológica para os estudos da comunicação	Comunicação; Experiência; Filosofia Hermenêutica.	A palavra memória não é referenciada.	Cicélia Pincer Batista	2015
Comunidade e espaço na episteme comunicacional: a noção performática	Comunidade; Espaço; Performance; Episteme Comunicacional.	A palavra memória não é referenciada.	João Damasio	2015
Do interacionismo simbólico aos jogos de linguagem: a produção social de sentido	Interacionismo Simbólico; Jogos de Linguagem; Mimese; Ritual.	A palavra memória não é referenciada.	Liráucio Girardi Júnior	2015
Experiência estética de pessoas surdas com história em quadrinhos	Experiência Estética; Histórias em Quadrinhos; Surdo.	A palavra memória não é referenciada.	Raul Inácio Busarello; Patricia Biegging	2015
Instituições de ensino superior brasileiras e o seu desempenho nas redes sociais online: uma análise sob a perspectiva dos estudos comunicacionais	Teorias da Comunicação; Comunicação na Educação Superior; Redes Sociais;	A palavra memória não é referenciada.	Amanda Vieira Ferrari Gasparin	2015

	Comunicação Digital; Cibercultura.			
Jornalismo; bases de dados e memória em tempos de convergência: O dever de informar X o direito de ser esquecido	Jornalismo; Convergência; Memória; Direito ao Esquecimento.	A palavra memória é referenciada.	Edson Fernando Dalmonte; Wanise Cabral Silva	2015
Metacinética histórica: um potencial da comunicação	Comunicação; Metacinética; História; Metaforologia; Rede.	A palavra memória não é referenciada.	Nelson Shuchmacher Endebo	2015
Nova classe média: um estudo empírico sobre os enquadramentos da mídia	Nova Classe Média; Análise de Enquadramento; Mídia; Política; Linguística Computacional.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Angélica Soares; Renato Rocha Souza	2015
O "caso Marco Feliciano" como paradigma para os estudos em mídia; religião e política no Brasil	Mídia; Religião; Política; Evangélicos; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Magali do Nascimento Cunha	2015
O estruturalismo na teoria crítica de Adorno e Horkheimer	Teoria Crítica; Indústria Cultural; Estruturalismo; Capitalismo.	A palavra memória não é referenciada.	César Portantiolo Maia	2015
O novo líder de opinião e sua atuação no Facebook e Twitter	Líder de Opinião; Twitter; Facebook.	A palavra memória não é referenciada.	Thamyres Sousa de Oliveira; Gislane da Conceição Lima Camelo de Moraes	2015
Os novos paradigmas no campo da comunicação: experimentos e possibilidades da narrativa transmídia na comunicação rural	Transmídia; Paradigma; Epistemologia; Comunicação Rural.	A palavra memória não é referenciada.	Sabrina Tomaz Batista; Carolina Tomaz Batista; Mirna Tonus	2015
Por uma nova teoria da comunicação: a contribuição da escola de São Paulo	Nova Teoria da Comunicação; Acontecimento Comunicacional; Metáforo; Subjetividades.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Paula de Moraes Teixeira	2015

Pragmatismo; experiência e linguagem: uma perspectiva interacional	Pragmatismo; Experiência; Linguagem; Interação.	A palavra memória não é referenciada.	Maíra Lobato Bicalho Chagas Moura Campos	2015
Teoria ator-rede: uma alternativa para pensar a comunicação em contextos digitais	Teoria Ator-Rede; Comunicação Digital; Redes Digitais.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Patrícia Santana	2015
Uma leitura discursiva sobre as relações histórico-constitutivas entre a publicidade brasileira e a indústria de automóveis	Publicidade Brasileira; Indústria de Automóveis; Análise de Discurso.	A palavra memória não é referenciada.	Renata Corrêa Coutinho	2015
“Eu sou 40”: o pragmatismo na análise da adesão de Ana Paula Valadão à candidatura de Marina Silva	Acontecimento; Celebridade; Pragmatismo; Ana Paula Valadão; Marina Silva	A palavra memória não é referenciada.	Hugo Rafael Rocha	2015
A circulação de conteúdo no twitter: Dilma e os jornalistas-blogueiros na abertura da Copa do Mundo FIFA 2014	Blogueiros Sujos; Circulação; Twitter; Dilma; Copa do Mundo.	A palavra memória não é referenciada.	Caio Cardoso de Queiroz	2014
A comunicação como processo de interação verbal e produção de sentidos	Comunicação; Linguagem Verbal; Produção de Sentidos; Circulação.	A palavra memória não é referenciada.	Roseli Fígaro	2014
A comunicação; a explicação e a compreensão: ensaio de uma epistemologia compreensiva da comunicação	Epistemologia da Comunicação; Teorias da Comunicação; Compreensão.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas Antônio Künsch	2014
A mediação de conflitos na sociedade argentina à luz da racionalidade comunicativa habermasiana	Habermas; Agir Comunicativo; Racionalidade; Mediação de Conflitos; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Elisangela Peña Munhoz	2014
Comunicação e construção de processos identitários: entrelaçamentos; não-ditos e caminhos de possibilidades	Comunicação Relacional; Modelo Praxiológico; Identidade; Dispositivo.	A palavra memória não é referenciada.	Elton Antunes; José Cristian Góes	2014
Comunicação e identidade: o discurso de guerra de Winston Churchill	Comunicação; Churchill; Discurso; Sujeito Britânico; Vitória.	A palavra memória é referenciada.	Elaine Nogueira Dias	2014

Comunicação e política: o agendamento do tema Lula e o The New York Times	Comunicação; Política; Escândalo; Agenda Setting; Lula E New York Times.	A palavra memória não é referenciada.	Lorena Barros Garibaldi; Sérgio Roberto Trein	2014
Comunicação; tecnologia e práticas interativas: diálogos e circularidades	Comunicação; Tecnologia; Interação; Participação.	A palavra memória não é referenciada.	Edson Fernando Dalmonte	2014
Considerações históricas e teóricas dos estudos culturais e aproximações com os estudos em comunicação	Estudos Culturais. Comunicação. Formação Cultural.	A palavra memória não é referenciada.	Priscila Kalinke da Silva	2014
Crítérios de análise para a cobertura do centenário de Marshall McLuhan No Brasil	Pensamento Mcluhaniano; Crítérios de Noticiabilidade; Notícia; Novas Tecnologias; Cultura.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Claudia Silva Lima; Barbara Cristina Beloti Barreto; Bruna Cristina Afonso Braga; Filomena Maria Avelina Bomfim	2014
Digressões sobre o objeto da comunicação a partir da semiótica lacaniana	Teorias da Comunicação; Objeto da Comunicação; Semiótica; Real; Lacan.	A palavra memória não é referenciada.	José Isaías Venera	2014
Do imaginário às tecnologias: a noção de imaginário para pensar a comunicação	Imaginário; Comunicação; Durand; Maffesoli; Silva.	A palavra memória não é referenciada.	Juliana Tonin; Larissa Azubel	2014
Do objeto empírico ao objeto de conhecimento: demarcações metodológicas de uma pesquisa comunicacional	Epistemologia; Metodologia; Objeto de Pesquisa; Discurso; Mídia e Religião.	A palavra memória não é referenciada.	Aline Roes Dalmolin	2014
Elucidações nos estudos em mídia e religião no Brasil na contemporaneidade: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais	Mídia; Religião; Cultura; Mediações Culturais; Mediações Comunicacionais.	A palavra memória não é referenciada.	Magali do Nascimento Cunha	2014
Imaginário; cultura e entretenimento no cinema: análise contemporânea do filme O Show de Truman	Escola de Frankfurt; Teoria Crítica; Reality Show; Meios de Comunicação; Consumo.	A palavra memória não é referenciada.	Roberto Bianchi Catarin	2014

Inovação como evolução na teoria da comunicação funcionalista	Comunicação e Inovação; Teoria Funcionalista; Evolução.	A palavra memória não é referenciada.	Regina Rossetti	2014
Jean Baudrillard e o problema de pesquisa em comunicação	Metodologia; Objeto; Informação; Estética; Imagem.	A palavra memória não é referenciada.	Ana M. V. Monteiro	2014
O campo comunicacional e a justificativa de uma comunicação social entremeio às ciências da comunicação	Comunicação; Comunicação Social; Campo da Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Teoria da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Elizeu Correa Lira	2014
O potencial teórico do conceito de mediação e os estudos sobre classes sociais na comunicação	Mediação; Conceito; Comunicação; Mediação; Classe.	A palavra memória não é referenciada.	Rafael Grohmann Rosana Mauro	2014
Os entrelaçamentos entre comunicação e cultura na América Latina	Comunicação; Cultura; América Latina; Estudos Culturais	A palavra memória não é referenciada.	Michele Dacas	2014
Percurso de análise de obras audiovisuais: agenciamentos materiais e semiológicos	Ecologia Midiática; Teoria dos Agenciamentos; Dispositivo; Teoria Ator-Rede; Audiovisual	A palavra memória não é referenciada.	Francisco Beltrame Trento	2014
Reflexões em torno da matriz pragmatista: algumas contribuições à dinâmica interativa do movimento Gandarela	Pragmatismo-Ação-Experiência-Comunicação-Meio Ambiente.	A palavra memória não é referenciada.	Adriana Bravin	2014
Representações midiáticas e representações sociais: a agenda setting e a construção da realidade social	Comunicação Midiática; Agenda Setting; Representações Sociais; Teorias da Comunicação	A palavra memória não é referenciada.	Rhayssa Fernandes Mendonça; Claudomilson Fernandes Braga	2014
Flusser na intercom trinta anos depois: memórias “achadas no sótão”	Vilém Flusser; Teoria da Comunicação; Semiótica; Pensamento da Comunicação; Memória.	A palavra memória é referenciada.	Graciela Inés Presas Areu	2014
Uma comunicação sem fronteiras: contribuições teóricas da psicanálise	Teorias da Comunicação; Nova Psicanálise; Pós-Modernidade.	A palavra memória não é referenciada.	Pablo O. V. Abreu	2014

Veja e a formação de uma opinião pública favorável ao regime militar	Veja; Ditadura Militar; Espiral do Silêncio.	A palavra memória não é referenciada.	Ranielle Leal; Antonio Carlos Hohlfeldt	2014
A digitalização dos sistemas de comunicação e seus efeitos no homem	Cabeça Digital; Comunicação Digital; Teoria da Comunicação; Autopoiesis.	A palavra memória não é referenciada.	Jimi Aislan Estrázulas	2013
A originalidade de Marshall McLuhan	Teorias da Comunicação; Marshall McLuhan; Originalidade; Questão da Técnica; Aldeia Global.	A palavra memória não é referenciada.	Iuri Yudi Furukita Baptista	2013
Apontamentos da moral mínima: Adorno leitor de Nietzsche	Teoria Crítica; Teorias de Comunicação; Adorno; Nietzsche; Linguagem.	A palavra memória não é referenciada.	André Tezza Consentino	2013
Das teorias da comunicação: um breve percurso da mensagem a certos desafios da análise dos discursos midiáticos	Não Apresenta Palavras-Chaves.	A palavra memória não é referenciada.	Giovandro Marcus Ferreira	2013
Dois Amazônias	Amazônias; Comunicações; Fascinação; Ficção; Realidades	A palavra memória não é referenciada.	Paulo B.C. Schettino	2013
Estudos de recepção: Os desafios da construção de um eixo teórico no campo da comunicação	Comunicação; Estudos de Recepção; Eixo Teórico; Desafios.	A palavra memória não é referenciada.	Fábio Soares da Costa; Francisca Islândia Cardoso da Silva; Janete de Páscoa Rodrigues	2013
Eventos organizacionais: a recepção; as mediações e o olhar midiático	Comunicação Organizacional; Eventos; Recepção; Mediações; Mídiação.	A palavra memória não é referenciada.	Mirella Arruda; Paulo Rogério Tarsitano	2013

Experiência; investigação e ação: contribuições do pragmatismo para a análise do acontecimento midiático	Acontecimento Midiático; Pragmatismo; Experiência.	A palavra memória não é referenciada.	Raquel Dornelas	2013
Marx de volta e na comunicação?	Marx; Comunicação; Classe; Trabalho; Internet.	A palavra memória não é referenciada.	Rafael Grohmann	2013
O trabalho em emergência: objeto e matéria estrangeira na comunicação	Comunicação; Trabalho; Materialismo Histórico; Autogestão; Ergonomia.	A palavra memória não é referenciada.	Júlio Arantes Azevedo	2013
Os meios da história: como se escreve a história da comunicação?	Epistemologia da Comunicação; História; História da Comunicação; Teoria da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz C. Martino	2013
Sistemas; fluxos e abstrações: a comunicação sob o long zoom de Steven Johnson	Epistemologia da Comunicação; Teorias da Comunicação; Steven Johnson; Long Zoom; Cibernética	A palavra memória não é referenciada.	Diego Franco Gonçalves	2013
The blood is the life: sensação e materialidade na mitologia vampírica	Vampiro; Materialidade; Personagem; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Yuri Garcia	2013
A centralidade do trabalho na formação das identidades sociais e suas implicações nas pesquisas em comunicação	Identidade Social; Trabalho; Mediação Social; Solidariedade Social.	A palavra memória não é referenciada.	Mara Ferreira Rovida	2012
A comunicação e suas teorias: pensar com; ou de como pensar compreensivamente	Comunicação; Teorias da Comunicação; Compreensão; Pensamento Compreensivo.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas A. Künsch	2012
A comunicação e um dos seus dilemas: a interdisciplinaridade	Comunicação; Interdisciplinaridade; Teoria da Comunicação; Campo.	A palavra memória não é referenciada.	Paulo Fernando de Carvalho Lopes; Adriana Maria Magalhães	2012
A questão do duplo na psicanálise e na literatura – intertextualidade: diálogos possíveis	Duplo; Intertextualidade; Psicanálise; Literatura.	A palavra memória não é referenciada.	Paula Beatriz Gallerani Cuter Rochel	2012

Ainda na questão da técnica heideggeriana? O conceito de dispositivo em Agamben	Dispositivo; Agamben; Humanismo; Cibernética.	A palavra memória não é referenciada.	Ednei de Genaro	2012
Artificialismo; religião e mídia: notícias sobre “pedofilia”	Teorias da Comunicação; Religião; Nova Psicanálise.	A palavra memória não é referenciada.	Potiguara Mendes da Silveira Jr.	2012
Como compreender epistemologicamente a comunicação da ciência como processo colaborativo de produção de conhecimento científico?	Comunicação da Ciência; Comunicação; Epistemologia; Teorias da Comunicação; Metodologias em Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Suzana Cunha Lopes; Maria Ataíde Malcher	2012
Teorias; escolas e autores de comunicação: reflexões a partir da construção de um dicionário para o campo	Teorias; Escolas; Autores; Dicionário; Campo da Comunicação No Brasil.	A palavra memória não é referenciada.	Ricardo Zagallo Camargo; Pedro F. Bendassolli; Rafael Valente	2012
Florestania: meio ambiente; ideologia e hipóteses de um agendamento	Agendamento; Comunicação; Florestania; Ideologia; Política.	A palavra memória não é referenciada.	Francisco de Moura Pinheiro	2012
Incursões pelos estudos de recepção: retomadas históricas e perspectivas futuras	Recepção; Consumo; Audiência; Etnografia; Estudos Culturais.	A palavra memória não é referenciada.	Lírian Sifuentes	2012
Lição de teorias da comunicação e da cultura: o plástico; o pobre; e a operação plástica de ‘ensacolamento’ via os media	Comunicação; Cultura; Sociedade.	A palavra memória não é referenciada.	Paulo B. C. Schettino	2012
Meio; mediação; agência: a descoberta dos objetos Em Walter Benjamin e Bruno Latour	Bruno Latour; Walter Benjamin; Agência; Mediação; Objetos Técnicos.	A palavra memória não é referenciada.	Erick Felinto	2012
O espetáculo não é o coveiro da razão: Mídia e autonomia em Gilles Lipovetsky	Mídia; Autonomia; Espectáculo.	A palavra memória não é referenciada.	Juliana Tonin	2012
O indivíduo e a linguagem inseridos na vida cotidiana	Cotidiano; Linguagem; Discurso; Ideologia; Meio Social.	A palavra memória não é referenciada.	Gustavo S. Malafaya Sá	2012
O que é interdisciplinaridade? uma questão mal resolvida para a comunicação	Comunicação; Interdisciplinaridade; Epistemologia.	A palavra memória não é referenciada.	Katrine Tokarski Boaventura	2012

Perspectivas críticas e epistemologia da comunicação: o papel central do debate sobre a tecnologia	Pensamento Crítico; Tecnologia; Tecnologia da Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Atualidade Mediática.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz C. Martino	2012
Publicidade: a prática e o fenômeno	Publicidade; Epistemologia; História da Publicidade; Fenômeno da Publicidade.	A palavra memória não é referenciada.	Rosana Nantes Pavarino	2012
Um estudo de caso sobre a cobertura jornalística do centenário de Marshall McLuhan	Cultura; Critérios de Noticiabilidade; Notícia; Novas Tecnologias; Pensamento McLuhaniano.	A palavra memória não é referenciada.	Bruna Cristina Afonso Braga; Filomena Maria Avelina Bomfim	2012
Vivências e sentidos da iurd na midiatização contemporânea: elos interpretativos de um estudo de recepção	Iurd; Midiatização; Recepção; Identidade Religiosa.	A palavra memória não é referenciada.	Robéria Nádia Araújo Nascimento	2012
“Menos Luiza que está no Canadá”: o meme potencializado pela midiatização nas redes sociais e na televisão	Midiatização; Memes; Transmídia; Redes Sociais; Televisão.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Maria de Sousa Pereira; Marcos Nicolau	2012
A comunicação sob o signo da compreensão: o protesto do ensaio contra a chatice e a arrogância do discurso científico dominante	Comunicação; Teorias da Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Compreensão; Ensaio.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas A. Kunsch; Renata Carraro	2011
A consagração do casamento real pelos meios de comunicação	Meios de Comunicação; Teoria do Meio; Televisão; Internet.	A palavra memória não é referenciada.	Edimárcia Ramos de Araújo; Janara Sousa	2011
A produção audiovisual na pesquisa empírica: a experiência do núcleo de pesquisa em comunicação e censura da ECA-USP	Censura; Sociedade Civil; Metodologia; Interdisciplinaridade; Videoentrevistas.	A palavra memória não é referenciada.	Caio Lamas; Denise Ramos Gonçalves; Cesar Bargo Perez;	2011

			Maria Cristina Castilho Costa	
A transmissão cultural da Fórmula 1 pela teoria comunicacional de John B. Thompson	Transmissão Cultural; Teorias da Comunicação; Fórmula 1; John B. Thompson; Bens Simbólicos.	A palavra memória não é referenciada.	Lucas A. Giavoni	2011
Análise fílmica: comunicação; institucionalização; interação	Análise Fílmica; Comunicação; Institucionalização; Interação.	A palavra memória não é referenciada.	Verusk Arruda Mimura	2011
As organizações e os sistemas abertos e fechados e a emergência: uma análise conceitual	Organizações; Ambiente; Emergência; Sistema Aberto; Sistema Fechado.	A palavra memória não é referenciada.	Fábio Oliveira Campos	2011
Da conversa à esfera pública: indagações sobre o processo comunicativo	Comunicação; Conversação; Esfera Pública; Civilização.	A palavra memória não é referenciada.	Luís Francisco Munaro	2011
Entre o reforço da tradição e a revelação de novas perspectivas artísticas: um estudo sobre o jornalismo cultural e o suplemento literário sabático	Jornalismo Cultural; Teoria dos Campos; Suplemento Literário.	A palavra memória não é referenciada.	Karla Beraldo de Souza; Mauro de Souza Ventura	2011
Estratégias de multimétodos de pesquisa empírica em comunicação. A Amostra; o questionário e os primeiros resultados da pesquisa o perfil do jornalista em São Paulo	Pesquisa Empírica; Comunicação; Mundo do Trabalho; Jornalista; Triangulação de Métodos.	A palavra memória não é referenciada.	Roseli Figaro	2011
Horas "abençoadas": o processo de midiatização e espetacularização religiosa na tv Record	Mídia; Midiatização Religiosa; Espetacularização; TV Record; IURD.	A palavra memória não é referenciada.	Robéria Nádia Araújo Nascimento	2011
Informação demais não faz mal: contribuições da filosofia da mente e das ciências cognitivas para o exercício da comunicação profissional	Comunicação Social; Filosofia da Mente; Epistemologia	A palavra memória não é referenciada.	Suely Mara Ribeiro Figueiredo	2011
Interdisciplinaridade e comunicação: contribuições e críticas	Teorias da Comunicação; Interdisciplinaridade; Estudos Culturais Latino-Americanos.	A palavra memória não é referenciada.	Katrine Boaventura	2011

Jornalismo; ética e opinião pública no Brasil: a ação da mídia justiceira na fase inicial do caso Isabella Nardoni	Jornalismo; Opinião Pública; Justiça; Família; Violência; Deontologia; Ética.	A palavra memória não é referenciada.	Malu Fontes; Edson Dalmonte	2011
Mcluhan e as críticas	Mcluhan; Teorias da Comunicação; Metodologia; Determinismo Tecnológico	A palavra memória não é referenciada.	Rodrigo Miranda Barbosa	2011
Nas bordas do dispositivo	Dispositivo; Dispositivo Midiático; Ensaio; Revista Barcelona.	A palavra memória não é referenciada.	Phellipy Jácome; Rafael Azevedo	2011
O fluir de ideias através de um rabisco: ciência; epistemologia; “a origem”; dentre outros...	Epistemologia da Comunicação; Ciência; Conhecimento.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Beatriz Nunes da Silva	2011
O intangível; o acontecimento comunicacional no metáporo e o imaterial revitalizam a pergunta: o que é comunicação?	Epistemologia da Comunicação; Filosofia da Comunicação; Acontecimento Comunicacional; Imateriais; Metáporo.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Paula de Moraes Teixeira	2011
O jornalismo enquanto formação discursiva: as regularidades enunciativas como estratégia de proposição de verdades	Jornalismo; Análise Crítica do Discurso; Foucault.	A palavra memória não é referenciada.	Edson Fernando Dalmonte	2011
O método benjaminiano: apresentação alegórica do vídeo gaveta	Metodologia; W. Benjamin; Apresentação; Alegoria; Verdade.	A palavra memória não é referenciada.	Tomyo Costa Ito	2011
O sentido (perdido) da comunicação no capítulo da comunicação social na Constituição Federal de 1988	Constituição Federal de 1988; Sentido; Comunicação; Informação.	A palavra memória não é referenciada.	Ticianne Perdigão	2011
Obama in Rio – a real coverage?: como os sites da folha de S. Paulo e do Ny Times agendaram e enquadraram a visita de Barack Obama ao Brasil	Obama no Brasil; Framing; Agenda-Setting; Folha de S. Paulo; NY Times.	A palavra memória não é referenciada.	Thiago Rocha	2011
Os efeitos de personagens LGBT de telenovelas na formação de opinião dos telespectadores sobre a homossexualidade	Recepção; Telenovela; LGBT; Homofobia; Tevê.	A palavra memória não é referenciada.	Welton Danner Trindade	2011

Os espaços da recepção: elementos para pensar a interação mídia-mente	Mente; Mídia; Teoria da Comunicação; Cognição.	A palavra memória não é referenciada.	Diego Franco Gonçalves	2011
Os estudos da comunicação e as transformações na cultura do consumo	Cultura do Consumo; Sociedade da Comunicação; Capitalismo Informacional.	A palavra memória não é referenciada.	Tarcyanie Cajueiro Santos	2011
Os indicadores e a pesquisa em comunicação	Indicadores; Pesquisa em Comunicação; Metodologia; Triangulação.	A palavra memória não é referenciada.	Richard Romancini	2011
Os vínculos comunicacionais de um lugar: analisando uma sala de concertos segundo Marc Augé	Marc Augé; Sala de Concertos; Lugar e Não-Lugar; Fruição Musical; Vínculos Comunicacionais.	A palavra memória não é referenciada.	Faiga Toffolo	2011
Pistas sobre instrumentos analíticos acerca da cobertura midiática do acontecimento-crise: a construção da ruptura de sentido	Acontecimento-Crise; Meios de Comunicação; Atualidade ; Latência; Triplo Presente.	A palavra memória não é referenciada.	Giovandro Marcus Ferreira	2011
Previsibilidade e repetição em revistas femininas	Agenda-Setting; Revista Feminina; Discurso; Corpo; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Gisele Flor	2011
Quem tem medo das imagens internas dos sujeitos das pesquisas empíricas?	Comunicação Social; Metodologia; Pesquisa Empírica; Imagem; Representação Social.	A palavra memória não é referenciada.	Antonio Luiz de Medina	2011
Seria o pensamento latino-americano em comunicação pós-colonial?	Pensamento Latino-Americano; Crítica Pós-Colonial; Epistemologia.	A palavra memória não é referenciada.	Celso Francisco Gayoso	2011
Uma introdução à Vilém Flusser: um filósofo e comunicólogo brasileiro pouco conhecido	Vilém Flusser; Cultura Brasileira; Ensaio como Forma; Bienal de São Paulo; Filosofia ea Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Marlson Assis de Araújo	2011
Vínculos comunicacionais e sentimento nacional; da nação tradicional à internet	Vínculos Comunicacionais; Nacionalismo; Identidade; Nação; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Raphael Tsavkko Garcia	2011
A ética da pesquisa na rede	Ética; Pesquisa; Internet; Metodologia.	A palavra memória não é referenciada.	Richard Romancini	2010

A experiência do gosto e do belo: estudo das preferências estéticas entre adolescentes de Porto Alegre	Experiência Estética; Imaginário; Categorias de Gosto e Beleza.	A palavra memória não é referenciada.	Humberto Ivan Keske	2010
A liberdade espaço-temporal na difusão de conteúdos webjornalísticos	Jornalismo; Internet; Meios de Comunicação de Massa; Tempo e Espaço na Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Lucas A. Giavoni	2010
A sociedade do consumo; os media e a comunicação nas obras iniciais de Jean Baudrillard	Comunicação; Consumo; Signo; Media; Sociedade.	A palavra memória não é referenciada.	Tarcyanie Cajueiro Santos	2010
A sociedade em processo de midiaticização: a compreensão das relações entre o midiático e o religioso passa pelas instâncias da produção e recepção	Midiaticização; Campos Sociais; Religião; Contratos de Leitura; Recepção.	A palavra memória não é referenciada.	Viviane Borelli	2010
A teoria dos usos e gratificações em revistas adolescentes	Revistas Adolescentes; Teorias da Recepção; Influência.	A palavra memória não é referenciada.	Gisele Flor	2010
Abordagem sistêmica dentro dos estudos da comunicação	Epistemologia; Teoria dos Sistemas; Mcluhan; Luhmann; Bertalanffy.	A palavra memória não é referenciada.	Jimi Aislan Estrázulas; Denize Piccolotto Carvalho Levy; Maritza Carvalho da Motta	2010
Ambiências pós-modernas permeadas pela modernidade e pelos estudos culturais	Comunicação; Pós-Modernidade; Pós-Modernismo.	A palavra memória não é referenciada.	Polianne Merie Espindola	2010
As múltiplas possibilidades da representação: uma análise do conceito e de suas novas perspectivas na arte contemporânea	Comunicação; Representação; Arte.	A palavra memória não é referenciada.	Paula Roberta Fernandes Memória	2010
Comunicação e subjetividade em processo: uma abordagem micropolítica	Comunicação Como Processo; Félix Guattari; Produção de Subjetividade; Micropolítica; Esquizoanálise.	A palavra memória não é referenciada.	Beatriz Morgado de Queiroz	2010
Comunicação e trabalho para uma reflexão crítica sobre as TICS	Comunicação; Atividade; Mundo do Trabalho; Tecnologia.	A palavra memória não é referenciada.	Roseli Figaro	2010

Comunicação; censura e teatro: memórias e imaginário de uma encenação – AI5; O Rei da Vela e O Oficina (1967-1982)	Liberdade de Expressão; Censura; Comunicação; Teatro; Brasil.	A palavra memória é referenciada.	Lis de Freitas Coutinho	2010
Construindo a problemática da pesquisa no encontro com o empírico	Pesquisa Exploratória; Recepção; Mediação.	A palavra memória não é referenciada.	Taís Flores da Motta	2010
Da sombra projetada ou sobre o caráter tenebroso da nossa comunicação	Projeto; Programa; Reflexo; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Raphael Dall'Anese	2010
Deus é brasileiro e católico. Religião no noticiário contemporâneo da grande imprensa brasileira: contribuições teóricas à interrelação estudos culturais-mídia-religião	Mídia; Religião; Cultura; Jornalismo; Imaginário.	A palavra memória não é referenciada.	Magali do Nascimento Cunha	2010
Mídia e recepção: um estudo etnográfico com mulheres de classe popular	Estudos Culturais; Recepção; Etnografia.	A palavra memória não é referenciada.	Renata Córdova da Silva	2010
Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento	Midiatização da Religião; TV Canção Nova; Igreja Universal do Reino de Deus; Comunidade de Pertencimento.	A palavra memória não é referenciada.	Paulo Roque Gasparetto	2010
O efeito de terceira pessoa: uma revisão teórica	Teorias da Comunicação; Teorias da Recepção; Efeito da Terceira Pessoa.	A palavra memória não é referenciada.	Rachel Callai Bragatto	2010
O filme 2012; a ética da responsabilidade e a narrativa acerca do fim do mundo: entre desvios e silenciamentos	Ética. Comunicação. Discurso.	A palavra memória não é referenciada.	Edson Fernando Dalmonte	2010
O perfume como tecnologia	Cultura; Elemento de Comunicação; Extensão do Corpo; Impacto e Efeito da Tecnologia; Perfume.	A palavra memória não é referenciada.	Amanda Alves Ferreira	2010
O poder da mídia: ela realmente muda a opinião do indivíduo?	Recepção; Mudança de Opinião; Influência da Mídia; Pedofilia Na Igreja.	A palavra memória não é referenciada.	Carla Pollake	2010
O que foi teoria da comunicação? Um estudo da bibliografia entre 1967 e 1986	Teoria; Bibliografia; História; Epistemologia	A palavra memória não é referenciada.	Luís Mauro Sá Martino	2010
Por que ensinar teoria (da comunicação)?	Teoria; Comunicação; Ensino; Ciência.	A palavra memória não é referenciada.	Pedro Russi-Duarte	2010
Publicidade: cenários da emergência de um fenômeno	Publicidade; Propaganda; História.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz Claudio Martino;	2010

			Rosana Nantes Pavarino	
Redes sociais e sociabilidade duvidosa: o jovem e sua imagem pessoal no site de relacionamentos Orkut	Redes Sociais; Identidade; Imagem Pessoal; Jovem; Sociabilidade.	A palavra memória não é referenciada.	Mariana Domitila Padovani Martins	2010
Reflexividade semiótica: mediação entre razão e sensibilidade	Semiótica; Reflexividade; Cotidiano.	A palavra memória não é referenciada.	Silnei Scharthen Soares	2010
Sobre uma abordagem propriamente comunicacional: experiência, prática e interação	Processo Comunicativo; Abordagem Comunicacional; Perspectiva Interacional.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Carolina Lima Santos; Priscila Martins Dionizio	2010
Violência; criminalidade e meios de comunicação: interfaces entre psicologia; comunicação social e criminologia	Interdisciplinaridade; Meios de Comunicação; Newsmaking Criminology; Criminologia Crítica; Teorias da Comunicação; Recepção.	A palavra memória não é referenciada.	Marília Denardin Budó	2010
A teoria hipodérmica reconsiderada	Teoria Hipodérmica; Teorias da Comunicação; Comunicação; História.	A palavra memória não é referenciada.	Rafiza Varão	2009
A centralidade da teoria na constituição de uma episteme comunicacional	Epistemologia; Comunicação; Teoria.	A palavra memória não é referenciada.	Tiago Quiroga Fausto Neto	2009
A dinâmica das teorias da comunicação: ovos métodos como passagem para novas práticas teóricas	Teorias da Comunicação; Metodologia da Comunicação; Tecnologia; TV Digital; TV Analógica.	A palavra memória não é referenciada.	Osvando J. de Moraes	2009
A formação do campo científico da comunicação na América Latina: aspectos da noção de campo de Pierre Bourdieu	Pensamento Latino-Americano; Bourdieu; Campo Científico.	A palavra memória não é referenciada.	Celso Francisco Gayoso	2009
A narrativa jornalística e a representação da realidade	Jornalismo; Literatura; Narrativa; Teorias da Comunicação; Interação.	A palavra memória não é referenciada.	Edson Fernando Dalmonte	2009
A subjetividade midiática e a construção de identidades culturais nos séculos XX e XXI	Mídia; Subjetividade; Identidades Culturais; Alteridade.	A palavra memória não é referenciada.	Robéria Nádia; Patrícia Rios	2009

As novas tecnologias; o “infocentrismo” e as teorias da comunicação	Raymond Williams; Teorias “Infocêntricas”; Novas Tecnologias; Mediações; Estudos Culturais	A palavra memória não é referenciada.	Liráucio Girardi Júnior	2009
Autoridade; estética e consumo: limites para o conceito de indústria cultural	Teorias da Comunicação; Autoridade; Teoria Crítica; Sociedade de Consumo; Indústria Cultural.	A palavra memória não é referenciada.	André Tezza	2009
Comunicação e trabalho: dilemas e desafios do comunicador	Comunicação; Mundo do Trabalho; Perfil Profissional; Cidadania; Direito à Informação.	A palavra memória não é referenciada.	Roseli Figaro	2009
Dispositivos entram em cena e fazem emergir uma religião midiaticizada	Midiatização; Campos Sociais; Dispositivo; Religião.	A palavra memória não é referenciada.	Viviane Borelli	2009
Do sujeito da semiótica à recepção da experiência estética: reflexões sobre a apreciação da obra de arte	Estética da Recepção; Interpretação; Obra Aberta.	A palavra memória não é referenciada.	Humberto Ivan Keske	2009
Estudos culturais latino-americanos: convergências; divergências e críticas	Recepção; Estudos Culturais Latino-Americanos; Teoria da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Katrine T. Boaventura; Luiz C. Martino	2009
Etnografia da recepção: que contribuição esse recurso metodológico pode dar aos estudos sobre a recepção?	Etnografia; Estudos de Recepção; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Helyenay Souza Araujo;	2009
Mais interrogações e vírgulas; menos pontos finais: ciência; pensamento compreensivo; teorias e práticas de comunicação	Comunicação; Teorias da Comunicação; Compreensão.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas A. Künsch	2009
Midiatização da sociedade: campos sociais; lógicas e novas formas de atuação	Midiatização; Campos Sociais; Afetação de Lógicas.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Cássia Pandolfo Flores; Eugenia Mariano da Rocha Barichello	2009
Muitas teorias e poucos caminhos para a subjetivação a busca de um método/metáforo para os estudos da comunicação	Teorias da Comunicação; Metodologia; Subjetivação. Epistemologia; Metáforo.	A palavra memória não é referenciada.	Ana Paula de Moraes Teixeira	2009

Muito além do discurso: por uma metodologia de análise dos portais da internet	Metodologia; Tecnologia; Internet; Portais; Construção Social da Tecnologia.	A palavra memória não é referenciada.	Janara Sousa; Elen Geraldês	2009
O campo da comunicação e os estudos culturais britânicos: uma análise a partir do conceito de cultura	Cultura; Estudos Culturais; Campo da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Raquel Cantarelli Vieira da Cunha	2009
Problemas e desafios da pesquisa no domínio de "discurso e mídia"	Não Apresentou Palavras-Chave	A palavra memória não é referenciada.	Giovandro Marcus Ferreira	2009
Quatro ambivalências na teoria da comunicação	Teoria; Epistemologia; Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Luís Mauro Sá Martino	2009
Uma proposta de olhar para a questão paradigmática da comunicação: o modelo do conflito social como opção viável de orientação epistêmica	Epistemologia da Comunicação; Paradigma; Conflito Social; Orientação Epistêmica.	A palavra memória não é referenciada.	Marcos Paulo da Silva	2009
A Escola De Frankfurt e a internet	Teoria e Pesquisa em Comunicação; Comunicação em Rede; Internet; Relações de Trabalho; Informação.	A palavra memória não é referenciada.	Armando Levy Maman	2008
A floresta amazônica como objeto de estudo da comunicação intercultural	Comunicação Intercultural; Ecologia Política; Floresta Amazônica.	A palavra memória não é referenciada.	Michael Hanke; Eva Riempp	2008
A natureza da mídia	Comunicação; Mídia; Meio Ambiente; Discurso Midiático; Espetacularização.	A palavra memória não é referenciada.	Gilson Soares Raslan Filho; Janaina Visibeli Barros	2008
A rebelião do objeto – a incapacidade das orientações teóricas e metodológicas da comunicação em explicar a internet	Teorias da Comunicação; Metodologia; Internet; Tecnologia.	A palavra memória não é referenciada.	Alberto de Francisco; Grace Stefanello; Janara Sousa	2008

A teoria do newsmaking e a influência da internet no cotidiano dos jornalistas: estudo de caso das editorias de cultura da Paraíba	Internet; Cibercultura; Newsmaking; Prática Profissional; Editoria de Cultura.	A palavra memória não é referenciada.	Patrícia Rios; Elane Gomes da Silva	2009
As matrizes filosóficas e sociológicas das teorias da comunicação	Teorias da Comunicação; Teorias do Conhecimento; Epistemologia da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Leandro Marshall	2008
Dispositivos midiáticos – modos de mostrar; modos de olhar	Teorias da Comunicação; Webjornalismo; Dispositivos; Discurso.	A palavra memória não é referenciada.	Edson Fernando Dalmonte	2008
Ecologia da mídia: uma perspectiva para a comunicação	Comunicação; Materialismo; Ecologia da Mídia.	A palavra memória não é referenciada.	Adriana Braga	2008
Fundamentos para una teoría de la eficacia comunicativa	Comunicología; Eficacia; Modelo; Cuantificación.	A palavra memória não é referenciada.	Ángel Rodríguez Bravo	2008
Metodologia da pesquisa em comunicação: proposta para um estudo da imagem	Verbal; Imagem; Metodologia de Análise; Teoria da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Humberto Ivan Keske	2009
Notas sobre o mito dos quatro fundadores do campo comunicacional: coisas que ninguém nunca viu antes e pensamentos que ninguém teve	Ciência; Campo; Pensamento Comunicacional; Comunicação; História.	A palavra memória não é referenciada.	Rafiza Varão	2008
O campo da comunicação e os estudos culturais: uma análise a partir de Roberto Follari	Campo da Comunicação; Estudos Culturais; Cultura.	A palavra memória não é referenciada.	Raquel Cantarelli Vieira da Cunha	2008
O desenvolvimento das teorias da comunicação: para além do determinismo comunicacional	Teorias da Comunicação; Técnica; Cultura; Discurso.	A palavra memória não é referenciada.	Giovandro Marcus Ferreira	2008
O estudo de blogs sob uma perspectiva etnometodológica	Etnometodologia; Blogs; Internet; Relações Intersubjetivas.	A palavra memória não é referenciada.	Daniel Dantas; Adriano Lopes Gomes	2008
Os sujeitos da indústria cultural: apontamentos para uma leitura da dialética do esclarecimento	Teoria Crítica; Indústria Cultural; Subjetividade;	A palavra memória não é referenciada.	Rodrigo Cássio Oliveira	2008

	Escola Dde Frankfurt; Ideologia.			
Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e Mcluhan	Escola de Toronto; Epistemologia da Comunicação; Teorias da Comunicação; Marshall Mcluhan; Harold Innis.	A palavra memória não é referenciada.	Luiz C. Martino	2008
Re-significação dos líderes de opinião pelo ambiente mediático: uma abordagem teórica no campo da comunicação	Teorias da Comunicação; Lazarsfeld-Katz; Líder de Opinião; Two-Step Flow; Sociedade Mediatizada.	A palavra memória não é referenciada.	Pedro Russi-Duarte; Lauro Aires	2008
Teoria compreensiva da comunicação: saber científico; comunicação e dialogia de saberes	Comunicação; Teorias da Comunicação; Pensamento Compreensivo; Epistemologia da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas A. Künsch	2008
Teoria das mediações e estudos culturais: convergências e perspectivas	Teoria das Mediações; Estudos Culturais; Produção de Sentido; Comunicação Mediada; Novas Tecnologias.	A palavra memória não é referenciada.	Liráucio Girardi Júnior	2008
Tópicos da modernidade latino-americana: a cultura das mídias e as narrativas de convergência	América Latina; Narrativas de Convergência; Cultura das Mídias; Modernidade.	A palavra memória não é referenciada.	Sebastião Guilherme Albano da Costa	2008
Webjornalismo; critérios de noticiabilidade e efeitos de sentido	Teorias da Comunicação; Teorias do Jornalismo; Efeito de Sentido.	A palavra memória não é referenciada.	Giovandro Marcus Ferreira; Edson Fernando Dalmonte	2007
Comunicação e trabalho: contribuição epistemológica/ergológica às pesquisas de comunicação	Comunicação e Trabalho; Atividade; Mídias; Teoria da Comunicação; Ergologia.	A palavra memória não é referenciada.	Roseli Figaro	2007
Telesalvação os meios de comunicação como extensões de Deus	TV Confessional; Concessão Pública; Teorias da Comunicação; Democracia e Liberdade.	A palavra memória não é referenciada.	Eduardo Cerqueira Roberto; Patrícia Ap. Amaral; Lílian Rose de Lemos	2007

O passado não é o que costuma(va) ser: por uma outra história das teorias da comunicação	Epistemologia; Teorias da Comunicação; História	A palavra memória não é referenciada.	Rafiza Varão	2007
Recepção de anúncios na tv por crianças da escola pública e privada de Blumenau	Recepção; Criança; Televisão; Propaganda; Consumo.	A palavra memória não é referenciada.	Roseméri Laurindo; Andressa Leal	2007
A representação como alienação e ideologia de mercado na sociedade do espetáculo	Alienação; Fetichismo; Representação; Imitação.	A palavra memória não é referenciada.	Jorge Anthonio e Silva; Osvando J. de Moraes	2007
Aplicación de la teoría social de la comunicación al análisis de los referentes informativos entre los inmigrantes brasileños en Madrid (España)	Objetos de Referencia; Demandas Informativas; Inmigrantes Brasileños; Comunidad de Madrid; Necesidades.	A palavra memória não é referenciada.	José Alberto de Francisco Rodríguez; Jorge Cardoso Castro Grace Stefanello	2007
Espetáculo midiático e programas de entrevistas	Televisão; Programas de Entrevistas; Sociedade do Espetáculo; Enunciador; Enunciatário.	A palavra memória não é referenciada.	Dimas Alexandre Sold	2007
Experiências interpretativas: das transformações da noção de leitor em Umberto Eco	Leitor; Sujeito; Texto; Interpretação; Modelo Semiótico.	A palavra memória não é referenciada.	Humberto Ivan Keske	2007
Decifra-me ou te devoro: uma análise do impacto da internet	Tecnologia; Internet; Teoria do Meio; Meios de Comunicação; Epistemologia da Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Janara Sousa	2007
Angulações reflexivas sobre um “não saber metodológico”	Metodologia; Epistemologia; Métodos; Pesquisa em Comunicação.	A palavra memória não é referenciada.	Pedro Russi-Duarte	2007
O campo da comunicação no Brasil: o capital científico dos pesquisadores da área	Campo Científico; Comunicação; Pesquisa	A palavra memória não é referenciada.	Richard Romancin	2007

	em Comunicação; Capital Científico; Bibliometria.			
Particularidades da socialização midiaticizada televisiva na recepção de adolescentes de instituições de acolhimento	Midiaticização; Socialização; Adolescentes; Recepção; Identidade.	A palavra memória não é referenciada.	Fernanda Guimarães Cruz	2007
Fonte: Portal da <i>INTERCOM</i> . Disponível em: < http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5 >. Acesso em: 20 nov. 2017.				