

---

## Produção e análise de discursos organizacionais investindo em comunicação interna<sup>1</sup>

Iara Marques do Nascimento<sup>2</sup>

Raphael Silva Souza Oliveira Carvalho<sup>3</sup>

Boanerges B. Lopes Filho<sup>4</sup>

**Resumo:** Reunir e evidenciar algumas possibilidades de utilização da análise do discurso (AD), enquanto técnica de análise e produção, na construção da realidade organizacional. Parte-se de uma breve revisão bibliográfica que reúne elementos e posicionamentos sobre discurso e análise do discurso na perspectiva francesa, além de questões relativas aos processos de comunicação interna. A observação das organizações é embasada no pensamento complexo, o que oferece uma percepção de maior flexibilidade do contexto e da realidade organizacional.

**Palavras-chave:** análise do discurso; co-orientação; comunicação interna

**Abstract:** This paper aims to bring together and highlight some possible uses of discourse analysis (DA), as a technical analysis and production, in the construction of organizational reality. It starts with a brief literature review with elements and positions on discourse and discourse analysis in the French perspective, and goes on dealing with issues related to the internal communication processes. The observation of the organizations is based on complex thinking, which gives a perception of greater flexibility on the context and the organizational reality.

**Keywords:** discourse analysis; co-orientation; internal communication

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação, Linguagem e Narrativas”, do III Ecomig, UFJF, evento integrante do VII Encontro Regional de Comunicação, Juiz de Fora, outubro de 2010. É um dos três textos vencedores do prêmio Destaque Ecomig 2010. O Ecomig é o encontro dos cursos de Pós-Graduação em Comunicação do Estado de Minas Gerais, que reúne docentes e discentes da UFMG, UFJF e PUC-Minas.

<sup>2</sup> Jornalista, Especialista em Comunicação Empresarial (UFJF) e Mestranda (PPGCOM / UFJF).

<sup>3</sup> Jornalista, Especialista em Comunicação Empresarial (UFJF) e Mestrando (PPGCOM/UFJF).

<sup>4</sup> Doutor em Comunicação (UFRJ) e professor (PPGCOM/UFJF).

Os estudos sobre comunicação organizacional na atualidade têm apresentado diversas abordagens e problematizações sobre o ambiente das organizações. Muitos destes estudos têm buscado oferecer perspectivas inovadoras e sustentáveis para a conquista de objetivos empresariais. Ao mesmo tempo fomentam a leitura e o entendimento da comunicação como processo fundamental neste percurso.

Nessa perspectiva, o presente artigo tem por objetivo reunir e evidenciar algumas possibilidades de utilização da análise do discurso (AD), enquanto técnica de análise e produção, na construção da realidade organizacional. Pois, nesta perspectiva, a AD “possibilita a apreensão das formas de produção do discurso e da sua relação com as estruturas materiais e sociais que elaboram”. (CARRIERI *et al*, 2006, p. 2). Dessa forma, a AD pode ser utilizada para compreender a construção de linguagens específicas, como a organizacional, além da compreensão de fenômenos sociais complexos como o processo de formação da identidade (social e/ou organizacional).

As colocações, aqui observadas, não têm o intuito de serem absolutas e sim possibilidades de leitura e compreensão do ambiente organizacional. Para tanto, parte-se de uma breve revisão bibliográfica que reúne elementos e posicionamentos sobre discurso e análise do discurso na perspectiva francesa, em especial com Maingueneau, além de questões relativas aos processos de comunicação interna. A escolha da abordagem francesa para AD se justifica por esta partir da

concepção de que o discurso envolve os níveis intra e interdiscursivos que, ao serem abordados, permitem aprender a sua totalidade, uma vez que há uma relação de interdependência e complementaridade entre essas duas dimensões. Ocorre, dessa forma, uma relação dinâmica e processual (CARRIERI *et al*, 2006, p. 2).

Faz-se ainda necessário destacar que a observação das organizações é embasada no pensamento complexo, o que nos oferece uma percepção de maior flexibilidade do contexto e da realidade organizacional. Essa multiplicidade não significa uma confusão de idéias, mas uma oportunidade de encontro, entre as explicitadas acima, na tentativa de tecer um olhar. Ressalta-se que um exemplo prático desta situação será traçado em um próximo trabalho.

Assim, o artigo apresenta-se da seguinte forma: uma breve colocação sobre comunicação organizacional e construção da realidade; em seguida a observação de alguns elementos da análise do discurso e a definição de discurso a ser empregada; depois uma breve percepção do processo de comunicação interna a partir da co-orientação e a aplicação dos elementos de análise do discurso como base para a produção destes dentro da co-orientação; e as ponderações finais.

### **Comunicação organizacional, conhecimento e (re)construção da realidade**

A comunicação organizacional se refere tanto a um campo de estudos (uma subárea da comunicação) quanto a um conjunto de fenômenos empíricos

(práticas de comunicação complexas e variadas) desenvolvidos no âmbito das organizações. Silva (2008)<sup>5</sup> ressalta que a base da comunicação organizacional é a relação. “Estar em relação, pôr em relação, perceber as zonas de intersecção, gerir e administrar os relacionamentos” (SILVA, 2008, p. 7).

Segundo o autor, relação é ao mesmo tempo conflito e cooperação. Ele aponta que o excesso de conflito resulta em anomia e ruptura do tecido social e a falta do mesmo pode implicar em ausência de ambição, de disputa de competitividade. E a atividade humana (as organizações) só avança com a articulação entre o conflito e a cooperação. Para estar em relação é preciso ter capacidade de inventar a relação a cada momento por meio de elementos, que muitas vezes, são os mesmos todos os dias. Trata-se de ser capaz de movimento, de reorganização, de criação de novos arranjos para esses elementos. O autor ainda diz que

na expressão comunicação organizacional há um programa complexo embutido: comunicar e organizar. Comunicar é por si um processo de organização. Implica escolher um repertório, um conhecimento, formais ou vividos, um vocabulário e um objetivo. O discurso será organizado conforme os fins em jogo [...]. Essa organização discursiva pode ser espontânea [...] ou calculada (SILVA, 2008, p. 8).

Ao ressaltar a linguagem, o autor reflete sobre a necessidade não só de organizá-la, mas de fazer o mesmo com os usuários da linguagem. Pois, organização e comunicação são atividades humanas básicas e complexas. “Uma leva a outra, uma se alimenta da outra. [...] A organização só atinge o ponto máximo quando comunica, ou seja, quando atinge o outro envolvendo-o numa relação dialógica”. (SILVA, 2008, p.9). Diálogo é muito mais que troca de informação é relação, é reconhecimento do outro.

A relação de reconhecimento implica, antes de tudo, conhecimento. O conhecimento, por sua vez, é a produção de uma tradução das realidades do mundo exterior. “O conhecimento é organizador [...] supõe uma relação de abertura e fechamento entre o conhecendo e o conhecido” (MORIN, 2008, p. 110). Berger e Luckmann (2007, p. 11) entendem conhecimento como “a certeza de que os fenômenos são reais e possuem características específicas”.

Segundo os autores, é a partir do conhecimento que a realidade é possível. A realidade, por sua vez, deve ser entendida como uma construção social, definida como “qualidade pertencente a fenômenos que reconhecemos terem um ser independente de nossa própria volição” (BERGER; LUCKMANN, 2007, p. 11), ou seja, a existência independe de nossa vontade ou desejo. Nessa perspectiva, há a possibilidade do indivíduo vivenciar e observar várias realidades, referindo-se a contextos sociais específicos. Tem-se, assim, a organização como um destes.

---

<sup>5</sup> Citações de Juremir Machado da Silva na apresentação do livro O diálogo possível: Comunicação Organizacional e paradigma da Complexidade, de Cleusa Maria Andrade Scroferneker. Referência na bibliografia.

Scroferneker (2008) observa que há uma tendência em minimizar as incertezas com a produção e a organização do conhecimento. Mas, as verdades e certezas se diluem nas diferentes perspectivas que se apresentam. Elas dependem das percepções e compreensões de mundo que são estabelecidas, dependem do conhecimento produzido e assumido. Dependem dos discursos produzidos, do modo como foram produzidos, são percebidos, utilizados e compartilhados.

Seguindo essa linha de pensamento, destacam-se as observações de Marchiori (2008) que nos apresenta a comunicação organizacional a partir de metateorias<sup>6</sup>. Assim, têm-se as perspectivas: funcionalista, interpretativa, crítica e pós-moderna. Neste trabalho dá-se ênfase às abordagens interpretativa (pela interação e a percepção dos atores sociais) e pós-moderna (pela ênfase na linguagem e nos sujeitos). A perspectiva interpretativa tem relação com a condição de atores sociais desempenhada pelos seres humanos. A organização é concebida como sistema de construção social de significado compartilhado. “O fenômeno social é definido pela construção de uma determinada realidade por meio da linguagem, de símbolos e comportamentos que são expressos pelas pessoas nas organizações” (MARCHIORI, 2008, p. 187).

A perspectiva pós-moderna dá ênfase às questões de linguagem. “Linguagem e negociação social do significado assumem posição fundamental, já que influenciam as percepções dos que estão envolvidos em diálogos organizacionais” (MARCHIORI, 2008, p. 1193). A perspectiva apresenta quatro proposições principais: não se deve presumir que tal coisa não exista como razão pura; a linguagem utilizada modela o que se vê e o que se sente; tal coisa não existe como conhecimento puro; e é preciso reconhecer que existem diferentes visões de qualquer situação e que é necessário (ao menos tentar) descobrir diferentes perspectivas. Taylor (*apud* MARCHIORI, 2008, p. 193) ressalta que os “pós-modernistas estão comprometidos com explorar os complexos relacionamentos de poder, conhecimento e discursos<sup>7</sup> criados no esforço entre grupos sociais”.

Com estes apontamentos justifica-se a necessidade de investir em estudos que privilegiem os discursos produzidos e compartilhados nas organizações. Alguns fundamentos da análise do discurso, como os apresentados a seguir, nos permitem refletir sobre a construção e utilização dos discursos para a constituição das organizações.

---

<sup>6</sup> Segundo Ritzer (*apud* Marchiori, 2008, p. 181) “metateoria é um processo que ocorre após uma teoria ter sido criada e considerada a teoria recém-criada como objeto de estudo”.

<sup>7</sup> O termo ‘discurso’ é utilizado pelos pós-modernos para se referirem a significados subjetivos pelos quais os indivíduos organizam o que percebem. Os discursos expressam tudo que pode ser pensado, falado ou escrito sobre algum fenômeno.

---

## Discurso e análise do discurso

O discurso deve ser entendido, neste trabalho, a partir da observação de Maingueneau (1998, p.43), como “o modo de apreensão da linguagem” que envolve a “atividade dos sujeitos inscritos em contextos determinados”. Assim, a compreensão do mesmo dar-se-á por meio das estruturas sociais e do âmbito lingüístico simultaneamente.

Nessa perspectiva, pode-se perceber que o discurso está relacionado a visões de mundo, a ideologias que, de certa forma, estabelecem como os indivíduos devem ou não agir em contextos específicos. Depende, assim, do contexto em que é produzido e das relações e contextos em que é consumido, apropriado ou compartilhado. Por isso,

por meio do e no discurso poder-se-ia apreender as dimensões sociais, culturais e simbólicas que nele se expressam e justificam a maneira pela qual os membros de sua comunidade discursiva se relacionam, se comportam e agem (CARRIERI *et al*, 2006, p. 4).

Maingueneau (1998) observa que a análise do discurso tem por objetivo articular discurso, enunciador e local de enunciação. Dessa forma, o discurso está ligado, mesmo que de maneira fragmentada, a um determinado espaço físico e temporal. Assim, merece atenção o contexto histórico, cultural e socioeconômico no qual o discurso é produzido. Segundo Maingueneau (1997) o contexto se relaciona simultaneamente com dois importantes aspectos do discurso: a formação discursiva e a comunidade discursiva.

O autor (1998, p.68) tem a formação discursiva como “sistema de regras que funda a unidade de um conjunto de enunciados socio-histórico circunscrito”. Segundo Carrieri *et al* (2006) ao se observar essa circunscrição do enunciado percebe-se que o mesmo só teria a capacidade de refletir uma parte do que é “dizível” ou “acessível” num dado contexto, o que produz uma determinada identidade discursiva. Dessa forma, há uma ênfase na capacidade de se apreender a (re)construção social por meio do discurso.

Carrieri *et al* (2006, p. 2) concorda com o autor destacando que “a prática discursiva é assumida com base na comunidade produtora de um discurso, bem como nas formações discursivas que se relacionam àquela comunidade”. O autor ainda ressalta que, assim como Maingueneau (1998) e Foucault (2000), os discursos estão associados à noção de formação discursiva e designam “conjuntos de enunciados relacionados a um mesmo sistema de regras historicamente determinadas” (MAINGUENEAU, 1998, p. 67).

Com esses apontamentos observa-se que o discurso é articulado em dois níveis que são integrados e complementares. O intradiscurso e o interdiscurso. No primeiro caso, organiza-se “um conjunto, uma trajetória de sentidos que se desenvolve ao longo do texto”; o segundo “se constitui por contradição, por oposição a outros discursos” (FARIA, 2001 *apud* CARRIERI, p.5). Assim, o discurso

só existe enquanto processo de articulação entre tais níveis, uma vez que expresso singularmente pelo indivíduo (num plano de expressão), o que remete a noção de intradiscurso. Mas ao mesmo tempo, ele



---

retrata uma visão de mundo construída socialmente, que se relaciona a outras visões de mundo, remetendo a noção de interdiscurso (CARRIERI, *et al*, 2006, p. 4).

Portanto, o intradiscurso permite compreender “como o enunciador apreende determinados discursos e os exterioriza” e o interdiscurso permite apreender “o posicionamento do enunciador em relação a um conjunto de outros discursos existentes em dado contexto sócio-histórico cultural”. (CARRIERI *et al*, 2006, p. 5). Assim, o intradiscurso<sup>8</sup> se refere “ao plano de manifestação do discurso, no qual se articula a produção verbal ou textual do enunciador. Inserido em seu *locus* de produção do discurso, ele alude ao conjunto de conteúdos veiculados no seu discurso” (CARRIERI *et al*, 2006, p. 8). Já o interdiscurso pode ser compreendido “como constituído de oposições que um discurso mantém em relação aos demais discursos de um determinado universo discursivo” (CARRIERI *et al*, 2006, p. 6).

Estas colocações permitem a reflexão acerca da constituição do discurso, fornecendo elementos que podem ser utilizados na construção dos discursos organizacionais. Neste trabalho temos os processos de comunicação interna como fomentadores dos discursos organizacionais. Isso não implica, no entanto, ter a comunicação como um mero instrumento de reprodução, mas como processo de compartilhamento dos objetivos e percepções da organização que são compartilhados através dos discursos. Ocorra isto por meio da comunicação formal (mídias empresais de cunho interno) ou informal (conversas informais).

### **Comunicação interna e teoria da co-orientação: instrumento e processo na (re)construção e compartilhamento de discursos**

Oliveira e Paula (2003, 2003, p. 22) ressaltam que os processos de comunicação dentro da organização devem ser entendidos como “atos de interação planejados ou espontâneos que se estabelecem a partir dos fluxos informacionais e relacionais da organização”. Os primeiros devem ser entendidos como todos os atos e instrumentos utilizados na transmissão das informações institucionais e mercadológicas. E os segundos por “oportunidades de encontros que promovam o compartilhamento de idéias entre interlocutores”

---

<sup>8</sup> Para análise do discurso desmembra-se o intradiscurso em tema e figura. O primeiro “é o elemento semântico que designa um elemento não presente no mundo natural, mas que exerce papel de categoria ordenadora dos fatos observáveis” (CARRIERI *et al*, 2006, p.8). E o interdiscurso é composto por instâncias discursivas, universo discursivo e campo discursivo, que são respectivamente: um limite discursivo feito por meio de “recortes” conceituais utilizado apenas para situar o objeto de análise; “conjunto de formações discursivas de todos os tipos que coexistem, ou melhor, interagem em uma conjuntura” (MAINGUENEAU, 1997, p. 116), segundo Carrieri *et al* (2006) trata-se de uma categoria abstrata utilizada para efetuar recortes; e por fim, campo discursivo diz respeito a “um conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência em sentido amplo, e se delimitam, pois, por uma posição enunciativa em uma dada região” (MAINGUENEAU, 1997, p. 117).

---

(OLIVEIRA; PAULA, 2003, p. 22). Estes processos ocorrem a partir da produção de mensagens, no contexto e nas percepções dos atores que participam da interação.

A comunicação organizacional, segundo Taylor (2003), tem por objetivo estudar como as pessoas se organizam por meio da comunicação e como esta faz com que as pessoas se organizem, dando maior atenção às dinâmicas sociais. Nessa perspectiva,

concentra-se em investigar a forma como as conversações funcionam, sem desconsiderar a maneira pela qual a linguagem permite que as pessoas formulem explicações que possam dar sentido às suas experiências, a realidade que vivenciam diariamente – isto é interpretação (TAYLOR, 2003, p. 11).

Trabalha-se com a linguagem como tecnologia de comunicação e produtora de significados, tendo em mente a ideia do *salad-bowl*<sup>9</sup>, observando que diferentes realidades conduzem a diferentes questões sobre as organizações.

Com raízes interpretativas, a teoria da co-orientação corrobora com as ideias apresentadas anteriormente e “reconhece a realidade social como um processo simbólico continuamente criado e recriado” (CASALI; TAYLOR, 2003, p. 33). A co-orientação trabalha a comunicação em suas qualidades simbólicas e subsimbólicas. No primeiro caso, a comunicação evidencia seu caráter referencial, não sendo apenas o meio em que as pessoas podem transmitir mensagens (faladas ou escritas) umas às outras, para que estas sejam interpretadas e encaixadas em suas estruturas de referências. No segundo aspecto, a comunicação abre a possibilidade de as pessoas, em conjunto, construírem conhecimento interativamente.

Em analogia, para a construção e análise do discurso, pode-se entender as qualidades simbólicas enquanto intradiscursos. E as subsimbólicas como interdiscursos por permitir o enfrentamento, o choque, a reflexão entre o enunciado posto e o repertório do receptor. Este aspecto se alinha com a perspectiva de raciocínio apresentada, pois, “a apreensão da realidade é processo social que se desenvolve coletivamente pela comunicação” (TAYLOR; Van EVERY, 2000 apud CASALI; TAYLOR, 2003, p. 34). Assim,

A dimensão subsimbólica da comunicação refere-se à produção de conhecimento, evidenciando a importância da comunicação nos processos de construção da realidade social (contexto e objeto) e de constituição da identidade do ser, do outro e da sociedade (relação entre A e B) (CASALI; TAYLOR, 2003, p. 34)

Nessa perspectiva, vale ressaltar a observação de Gregolin (2007, p. 15/16) em relação ao interdiscurso

não é transparente nem, muito menos, o sujeito é a origem dos sentidos, ninguém consegue enxergar a totalidade significativa nem

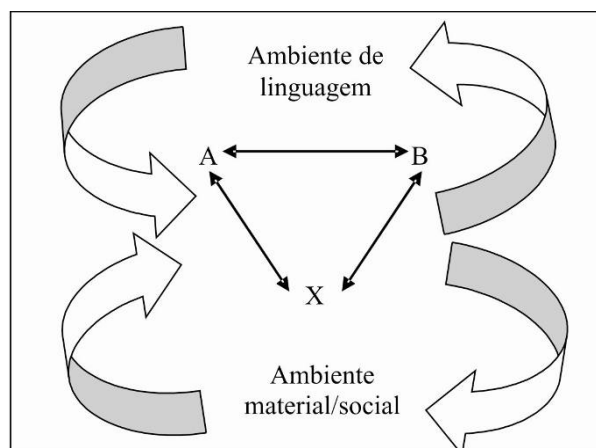
---

<sup>9</sup> A expressão em inglês foi mantida como no original (entrevista) e refere-se a uma vasilha de salada, onde todos os ingredientes se misturam sem perder sua identidade, distinguimos a alface, o tomate etc.

compreender todos os percursos de sentido produzidos socialmente. A coerência visível em cada discurso particular é efeito da construção discursiva: o sujeito pode interpretar apenas alguns dos fios que se destacam das teias de sentidos que invadem o campo do real social.

Assim, deve-se observar que as informações também são frutos de interações sociais e não apenas processos de comunicação. As informações são construídas por processos comunicacionais. Dessa forma, a co-orientação só é estabelecida porque “é negociada através do diálogo, visa produzir a coordenação de crenças, ações e emoções a respeito de um objeto mutuamente compreendido e é medida por textos” (CASALI; TAYLOR 2003, p. 34/35).

É preciso lembrar que as organizações têm a necessidade de alinhar discursos para que os objetivos e metas sejam alcançados. Observando o modelo da co-orientação percebe-se que o envolvimento dos funcionários (não só da gerência) na produção dos discursos é fator importante para o alinhamento dos discursos produzidos e compartilhados nas organizações. Uma maneira possível de trabalharmos este compartilhamento de informações, de forma a construir e reconstruir a realidade dentro das organizações, por meio dos discursos, é investir em processos de comunicação interna. Pois, todo ator (funcionário) comunica, ou seja, está inserido na relação A/B/X (vide figura abaixo).



Modelo de co-orientação  
Fonte: Adaptado de Casali e Taylor, 2003

A teoria da co-orientação possibilita o estabelecimento de laços mais efetivos de comunicação, pois, leva em conta as percepções dos atores envolvidos, bem como o momento e o contexto em que estão inseridos. Trabalhar a comunicação interna nessa perspectiva torna o processo mais flexível e produtivo. Uma vez que as mensagens e informações são produzidas por e para os funcionários, que quando engajados em objetivos comuns constroem uma realidade mais coesa (não única) para a organização.

Dessa forma, a comunicação interna permite que os funcionários estabeleçam as bases para a construção e o fortalecimento de decisões compartilhadas, como observa Nassar (2006). Para ele “o compartilhamento das decisões reforça o alinhamento das práticas da organização com o desejo



dos trabalhadores” (NASSAR, 2005, p. 26). Dessa forma, a comunicação interna pode “reforçar a compatibilidade do discurso da empresa com o discurso dos colaboradores” (NASSAR, 2005, p. 26), que agora são percebidos como elementos fundamentais no relacionamento da organização com outros públicos de interesse.

Mas, é preciso ressaltar que a co-orientação não pressupõe consenso. Uma organização em co-orientação tem indivíduos compartilhando objetivos e informações comuns para seu contexto, mas pode ocorrer discordância. “Eis seu diapasão: as organizações são comunidades polifônicas, que refletem diferentes contextos e interesses, mas, todavia, elas são mantidas não por ignorarem isso, mas, por fazer dessas diferenças um objeto de conversação. E isso parece ser o mais complexo” (VILAÇA, 2008, p. 8).

### **Para finalizar: algumas considerações**

Os discursos constituem as organizações e são capazes de organizar, criar identificação e coesão nas e para as atividades cotidianas das mesmas. Compreender as organizações a partir dos discursos construídos (por elas para os funcionários que a constituem) torna-se uma perspectiva interessante para problematizar os vários fenômenos que constituem a organização.

Nessa perspectiva a AD fornece às organizações uma técnica de análise de dados (e de produção dos discursos) capaz de compreender a complexidade do contexto organizacional que é repleto de significações e sentidos produzidos a partir de relações e interações. Além de interesses individuais, grupais e institucionais. O elo dos elementos da AD, aqui apresentados, com a teoria da co-orientação aplicada a processos de comunicação interna parece frágil. Mas pode se constituir em uma estratégia para a compreensão dos discursos e conversações que ocorrem e são produzidos na e pela organização.

Trata-se de ter a possibilidade de uma leitura inversa dos fatos. Compreender primeiro o que se diz e quer dizer para poder falar melhor. Esta é a idéia ao se atrelar essas realidades: a AD e a co-orientação. Essa articulação também facilita a percepção da comunicação interna como um processo híbrido, ou ainda complexo. Tem-se, cada vez mais a necessidade de compreendê-la como um diferencial estratégico, mas não é possível esquecê-la enquanto instrumento seja de adesão ou persuasão. Este ponto destaca a necessidade que as organizações têm de alinhar discursos (verbais e/ou não-verbais) e

o efeito de coerência e unidade de cada texto é construído por agenciamentos discursivos que controlam, delimitam, classificam, ordenam e distribuem os acontecimentos discursivos em dispersão e permitem que um texto possa ‘estar em relação com um domínio de objetos, prescrever uma posição definida a qualquer sujeito possível, estar situado entre outras performances verbais, estar dotado, enfim, de uma materialidade repetível’ (GREGOLIN, 2007, p. 16).

Mas a possibilidade de inovação e adaptação da organização que trabalha a dimensão humana da comunicação organizacional de forma mais ofensiva é, além de um diferencial estratégico, uma vantagem competitiva. Pensar a

---

comunicação interna a partir da teoria da co-orientação abre espaço para novas maneiras de ouvir e de falar com os funcionários. Possibilita novas construções discursivas capazes de dar conta da realidade organizacional e seus vários fenômenos (como a identidade e a produção de conhecimento), observando-se sempre os dois lados da moeda comunicação.

### Referências

- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. Trad. Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis. Vozes, 2007.
- CARRIERI, Alexandre de Pádua *et al.* Contribuições da análise do discurso para os estudos organizacionais. Disponível em: [http://www.iceg.pucminas.br/espaco/revista/12\\_Contribui%C3%A7%C3%B5es%20da%20an%C3%A1lise%20do%20discurso%20para%20os%20estu%20organizacionais.pdf](http://www.iceg.pucminas.br/espaco/revista/12_Contribui%C3%A7%C3%B5es%20da%20an%C3%A1lise%20do%20discurso%20para%20os%20estu%20organizacionais.pdf). Acesso em 06/01/2010.
- CASALI, Adriana; TAYLOR, James. Comunicação Organizacional: uma introdução a perspectiva da “Escola de Montreal”. Revista Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. Universidade Metodista de São Paulo - vol.1, n.1 (jun. 2003). São Bernardo do Campo: Umesp, 2003. p. 28-40.
- FRANÇA, Vera V. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H. Mead. In: Comunicação e interações. Livro da Compós, 2008.
- FOUCAULT, M. Arqueologia do saber. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 6 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- \_\_\_\_\_. Microfísica do poder. Rev. Téc. Roberto Machado. Disponível em: [www.sabotagem.cjb.net](http://www.sabotagem.cjb.net). Acesso em 15/07/2006.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. Comunicação, Mídia e Consumo/Escola superior de Propaganda e Marketing. V.4, n.11 (nov.2007). São Paulo: ESPM, 2007.
- MAINGUENEAU, D. Novas tendências em análise do discurso. Campinas: Pontes, 1997.
- \_\_\_\_\_. Termos-chave da análise do discurso. Tradução Márcio Venício Barbosa; Maria Emília. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- MARCHIORI, Marlene. Comunicação interna: um olhar mais amplo no contexto das organizações. Disponível em: [www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/com\\_org\\_yRP/ponencias/GT2\\_1\\_marchiori.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/com_org_yRP/ponencias/GT2_1_marchiori.pdf) Acesso em 05/03/2009.
- \_\_\_\_\_. Comunicação organizacional e perspectivas metateóricas: interfaces e possibilidades. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; NOGUEIRA, Ana Thereza (orgs.). Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do Sul, SP: difusão Editora, 2008a. p. 179-200

- 
- NASSAR, Paulo. Comunicação estratégica, um conceito em evolução. In: NASSAR, Paulo (org.). Comunicação Interna: a força das empresas. São Paulo: ABERJE, 2005.
- NASCIMENTO, Iara Marques do. Identidade Organizacional: comunicação e cultura - Uma perspectiva da Acesso Comunicação. 2009. Monografia (especialização em Comunicação Empresarial) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.
- OLIVEIRA, Ivone de Loudes; PAULA, Carine Fonseca Caetano de. Comunicação Organizacional e relações públicas: caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem? Revista Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. Universidade Metodista de São Paulo - vol.1, n.1 (jun.2003). São Bernardo do Campo: Umesp, 2003. p. 17-27.
- SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (org). O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.
- \_\_\_\_\_. Comunicação Organizacional: certeza e incertezas. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (org.). O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p. 15-30
- TAYLOR, James. Comunicação Organizacional: uma ciência híbrida. Revista Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo. Vol. 1, n. 1 (jun.2003). São Bernardo do Campo: Umesp, 2003. p. 9-15. Entrevista concedida a Adriana Casali.
- VILAÇA, Wilma Pareira Tinoco. Comunicação Organizacional um olhar brasileiro sobre o pensamento da Escola de Montreal, 2008. Disponível em:  
[http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/com\\_org\\_yRP/ponencias/GT217wilma.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/com_org_yRP/ponencias/GT217wilma.pdf). Acesso em 25 de maio de 2009.