

Sociologia da Comunicação: As bases de um estudo no contexto das organizações

Sandra Pereira

Escola Superior de Comunicação Social

A sociologia tem um lugar especial no conhecimento da sociedade dos nossos dias, se tomarmos em consideração a ideia de que as sociedades actuais são reflexivas, em graus muito mais elevados que as anteriores, obrigando a uma maior consciência e avaliação dos processos que nelas ocorrem (Leite Viegas e Firmino da Costa, 1998, p. 2). Dado o seu carácter imaginativo e multifacetado (Giddens, 2004), os seus focos alargados de preocupação e as suas opções metodológicas, a sociologia está bem apetrechada para colocar as questões certas e equacionar um olhar sobre o mundo social capaz de promover mudanças, quer no campo científico, quer no campo político.

Nos últimos anos, temos assistido a uma crescente valorização dos processos comunicativos enquanto elementos essenciais da vida em sociedade. Há autores que chegam mesmo a considerar que «a sociedade é comunicação!». Por isso, é tão importante racionalizar e compreender melhor no que consiste o processo comunicativo. E aqui o enfoque sociológico, aplicado ao estudo da comunicação, é fundamental como forma de garantir uma adequada sensibilidade para o entendimento dos problemas comunicativos. (Marín et al., 1999, p.9)

Se, por um lado, procuramos referências na literatura das ciências sociais sobre o tema da comunicação encontramos, sobretudo, contribuições em língua inglesa e muito dispersas. Por outro lado, ao procurarmos aplicações práticas, chegamos a uma imensidão de sugestões, ideias, teorias e hipóteses de trabalho sobre parcelas concretas do processo de comunicação. (Ibid., p.10) Daqui se conclui a existência de uma grande compartimentação do campo de referência, com colecções de artigos sem nenhuma pretensão de unidade, o que leva a uma falta de articulação teórica.

A comunicação constitui, na sociedade informacional em que nos encontramos, uma das «chaves da vida em sociedade e da vivência humana» (Ibid., p.16), pelo que a sua compreensão, e o domínio das suas técnicas, terá de se constituir como uma

exigência individual, para não ficarmos à margem dos avanços das ciências sociais. (Ibid., p.12)

O surgimento de uma sociologia especialmente centrada na comunicação é algo muito recente, estando ainda a decorrer a sua elaboração sistemática. Porém, não faltaram nas ciências sociais, desde o seu início, autores centrados na investigação de alguns dos problemas da comunicação humana. Mas, talvez tenha sido a expansão dos meios de comunicação de massas e a sua crescente importância, que fez com que diferentes disciplinas abordassem cada vez mais o tema da comunicação. (Ibid., p.16)

O estudo da comunicação surge a três níveis: físico, semântico e sociocultural. O primeiro, é próprio de engenheiros e físicos, e dá lugar a um desenvolvimento no campo das telecomunicações; o segundo, manifesta-se na linguística e sociolinguística; o terceiro, é próprio das ciências sociais. Dentro das ciências sociais, aqueles que prestaram maior atenção à comunicação foram os psicólogos, os sociólogos, os politólogos e os antropólogos. Depois foram surgindo comunicólogos ou especialistas em comunicação, sempre centrados nas necessidades teóricas da prática comunicativa, sugeridas pelo desenvolvimento do periodismo, da transmissão audiovisual, da publicidade e das relações públicas. Mas os meios de comunicação social, podem ser apontados como o alicerce e o elemento essencial na promoção do estudo da comunicação. (Ibid., p.18)

Mas, devemos ter bem claro o que se entende por comunicação e não confundir-la com «outros procedimentos de transmissão simbólica ou com a aprendizagem». Na realidade, a comunicação está tão presente em todos os processos sociais, que se pode incorrer no erro de considerar que todo o acto humano, ou pelo menos todo o acto social, é comunicação. (Ibidem)

Num sentido amplo, a comunicação humana pode ser definida como um processo interactivo que envolve o intercâmbio de símbolos significantes. Ou melhor, «o processo através do qual um conjunto de significados que tomaram corpo numa mensagem é transferido para uma ou várias pessoas de tal maneira que o significado percebido seja equivalente à intenção dos iniciadores da mensagem» (Smith in Marín, 2001, pp.18-19)

De forma muito simples, podemos também considerar a «comunicação como a gestão de mensagens com o propósito de criar significados.» (Lawrence Fay et al. in

Griffin, 1997, p. 19) A vantagem desta definição é que não favorece nem uma visão científica nem humanista da comunicação, ao mesmo tempo que olha para este processo como uma actividade intencional e dá igual relevo às mensagens e significado – o que permite perspectivar o estudo da comunicação tanto ao nível dos conteúdos como das relações. (Ibidem)

É, ainda, fundamental distinguir acção social e comunicação. «Por definição, a acção social (acto com um significado subjectivo orientado para o outro) distingue-se da comunicação por estar menos orientada para a mudança do receptor». Nestes termos, o conceito de acto social é mais amplo e inclui o acto de comunicação como um subtipo. Por seu turno, a comunicação distingue-se por ser «uma prioridade do actor para transmitir uma certa quantidade de informação com êxito.» (Ibid., p.20) Podemos, também, considerar os actos de comunicação como reais ou aparentes, na medida em que apenas nos primeiros o actor procura significar (por ex. formular uma mensagem) e transmitir (por ex. torná-la disponível ao outro). Por outro lado, se tentarmos estabelecer uma comunicação, esta acontecerá, ou não, na medida em que a informação elaborada seja ou não recebida pelo receptor, com o sentido desejado pelo emissor. (Ibidem)

Considerar a comunicação como objecto de estudo implica ter em conta um conjunto de contextos muito vastos. Quando falamos em comunicação existe uma tendência para, de imediato, pensarmos nos contextos gerais da comunicação no âmbito, por exemplo, da comunicação intra ou interpessoal, ou da comunicação de massas. Quando levamos a cabo uma pesquisa bibliográfica, num centro de documentação ou numa biblioteca, sob o epíteto de “comunicação”, deparamo-nos com inúmeros resultados, mas quase sempre limitados a textos sobre retórica, efeitos dos *mass media*, teorias da informação, comunicação interpessoal ou comunicação intercultural.

Por exemplo, Marín (2001) subdivide o estudo da comunicação em: comunicação pessoal; comunicação mediada; comunicação nas organizações; comunicação colectiva ou comunicação de massas, centrando a sua atenção em especial na análise dos meios de comunicação de massas, os estudos sobre os efeitos dos media e as teorias e críticas sobre os media.

More e Laird referem que os contextos da comunicação humana, que formam o cenário das nossas actividades e existência diárias são: Comunicação Intrapessoal; Comunicação Interpessoal; Comunicação Grupal; Comunicação Organizacional; e

Comunicação de Massas. (More e Laird, 1985, p. 2) Os mesmos contextos são referidos por Stephen W. Littlejohn (1988) a propósito dos “Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana”.

Numa obra que procura mapear todas as teorias da ciência da comunicação (Griffin, 1997), as grandes divisões apontadas são: Comunicação Interpessoal; Comunicação Pública e de Grupo (onde está integrada a Comunicação Organizacional); Comunicação de Massas; e Contexto Cultural (com referência à Comunicação Intercultural e ao Género).

Contudo, dada a nossa opção em estudar a comunicação nas organizações, como tema da tese doutoral que estamos a desenvolver, somos levados a focar as atenções exclusivamente no contexto da comunicação organizacional. Esta tarefa acaba por se revelar difícil na medida em que as referências à comunicação organizacional são escassas e encontram-se dispersas pelos mais variados escaparates: sociologia da comunicação, ciências da comunicação, comunicação, gestão, relações públicas, etc. Por ser um campo pouco explorado, e remetido para fundamentações teóricas diferenciadas, nomeadamente no campo da sociologia das organizações ou perdido algures nas teorias da comunicação¹, só com alguma persistência e minúcia é possível chegar a um pequeno leque de obras de referência nesta área.

Precisamente porque as teorias são «mapas da realidade», que nos guiam através de caminhos desconhecidos (Griffin, 1997, p. 4), é importante termos uma percepção dos campos teóricos por trás do estudo da comunicação nas organizações². Optamos então por focar quatro teorias sociológicas: interacção simbólica, teoria da troca, teoria do conflito e teoria estrutural-funcional. (Botan, 1989, pp. 67-78)

¹ Ernest Bormann refere-se à teoria da comunicação como «o termo “*umbrella*” usado em toda a discussão e análise, cuidadosas, sistemáticas e conscienciosas, do fenómeno da comunicação.» (Bormann in Griffin, 1997, p. 6).

² Consideramos os termos relações públicas (*public relations*), gestão da comunicação (*communication management*), comunicação organizacional (*organizational communication*), comunicação de negócio (*business communication*) de forma indiferenciada. Tomamos esta opção, conscientes da existência de algumas discordâncias. Certos teóricos preferem definir a comunicação organizacional de modo mais abrangente, integrando as relações públicas enquanto uma das suas disciplinas da comunicação, juntamente com a publicidade, a promoção, as relações com os media, a comunicação de marketing, etc. (Narbonne, 1993; Regouby, 1988.). Outros, pelo contrário, defendem as relações públicas como o conceito mais abrangente, resumindo a noção de comunicação organizacional às técnicas usadas em instrumentos como os comunicados de imprensa, as edições internas escritas ou os materiais audiovisuais (Grunig, 1992, p. 4).

A partir destes quadros, os investigadores têm procurado explicar o comportamento dos indivíduos nas organizações, as estruturas organizacionais e as redes existentes dentro das organizações, bem como entre estas. Cada perspectiva propõe diferentes formas de explicação dos fenómenos, que podem ser observados dentro e fora das organizações, sem esquecer as diversas dimensões das organizações e dos processos de comunicação existentes (Ibid., pp. 68-69). Estes diferentes enfoques, permitem-nos compreender melhor o funcionamento das organizações – a sua natureza, padrões, e dinâmicas comunicativas – e a forma ideal de os indivíduos agirem e se relacionarem no seu interior.

O interaccionismo simbólico, com raízes no behaviorismo, surgiu do esforço de alguns sociólogos em compreender as interacções existentes entre as pessoas e o seu reflexo na sociedade. Entre os autores mais proeminentes desta perspectiva encontramos George Herbert Mead (1934), Manford Kuhn (1954), Charles Horton Cooley (1964), Herbert Blumer (1969) e W.I. Thomas (1978). (Ibid., pp. 70-71)

A proposta do interaccionismo simbólico aponta no sentido de que «a realidade social é o que as pessoas pensam que é», o que significa que as interacções sociais são determinadas pelos significados partilhados pelas pessoas ao interagirem. De acordo com este princípio, as pessoas usam símbolos nas suas interacções, sendo os significados destes símbolos negociados continuamente à medida que os processos de interacção ocorrem. (Ibid., p. 70) Assim, os interaccionistas acentuam a dimensão simbólica e comunicacional da acção, na medida em que a interacção para ser eficaz envolve alguma eficácia comunicacional, ou seja, tem de haver um sentido partilhado. Esta eficácia é também resolúvel, em parte, pelo contexto que ajuda a reduzir as zonas de ambiguidade. Contudo, o contexto não resolve o problema do sentido sem que existam regras comunicacionais e interpretações partilhadas.

Podemos também considerar que «o interaccionismo simbólico adopta a posição do individualismo metodológico, encarando o processo social como o resultado da acção individual e negando qualquer realidade às “estruturas” sociais» (Scott, 1997, p. 104). Tal posição não exclui inteiramente a acção colectiva já que a acção dos grupos é um importante fenómeno social, que deve ser visto, contudo, como «acções de indivíduos colectivas ou concertadas à procura das suas situações de vida» (Ibidem).

Em resultado dos indivíduos serem considerados como a unidade de análise central, a investigação feita em organizações que adopta as bases do interaccionismo simbólico parte do pressuposto que é mais fácil compreender o funcionamento de grandes grupos olhando primeiramente para os indivíduos e para a forma como estes interagem para criar a personalidade dos grupos ou outras estruturas sociais, como as organizações. Esta abordagem tem sido seguida, sobretudo, por psicólogos sociais para estudar as dimensões e os processos intraorganizacionais: como as pessoas se comportam face às organizações e qual o impacto dos padrões e das estruturas organizacionais nos comportamentos dos indivíduos. (Botan, 1989, p. 70)

Contudo, uma linha de investigação pode também assumir a organização como unidade central de análise e considerar que aspectos da vida organizacional, como a interacção dos trabalhadores, capazes de uma identidade própria e de serem alvo de uma negociação colectiva. Nestes casos, os pressupostos do interaccionismo simbólico podem ser traduzidos do nível individual para o nível organizacional, ajudando a compreender melhor o universo organizacional e as relações das organizações umas com as outras. Uma vez que as organizações são vistas nesta perspectiva como «produtos da interacção humana», as pessoas que trabalham num contexto organizacional poderão escolher comportamentos, objectivos e símbolos organizacionais para moldar as suas próprias interacções, quer entre si quer com a organização. (Ibidem)

Na sua essência, a perspectiva interaccionista explica até que medida as estruturas e os processos da organização advêm de esforços individuais e colectivos para procurar e definir realidades. Resumindo, «as estruturas organizacionais são o resultado de papéis padronizados; a comunicação organizacional é o resultado de um processo de negociação de significados; o conflito organizacional é o resultado de discrepâncias entre esses significados; a mudança organizacional é o resultado de uma redefinição contínua da realidade». (Ibid., p. 71)

Quanto à teoria da troca o seu principal pressuposto é o de que «as estruturas sociais são o resultado de trocas sociais entre indivíduos» (ou organizações) procurando com esses trocas «equilibrar o rácio entre inputs e outputs». Mais particularmente, defende-se que as pessoas formam e mantêm relações quando acreditam que vão sair beneficiadas desses relacionamentos (quando os ganhos são maiores que os custos). Os

teóricos mais apontados nesta abordagem são Peter M. Blau (1964, 1968), Richard M. Emerson (1972) e George C. Homas (1974). (Ibidem)

À semelhança dos interaccionistas, as raízes históricas da teoria da troca radicam no behaviorismo e assume-se o indivíduo como a unidade central de análise. (Homas in Botan, 1989, p. 72) Mas podemos resumir os seus princípios fundamentais da seguinte forma: 1) as pessoas agem sempre para produzir o que consideram acontecimentos benéficos; 2) todo o acontecimento válido tem um valor relativo, que aumenta ou diminui à medida que a sua necessidade é cumprida; 3) os benefícios da interacção social estão condicionados às vantagens daquilo que se recebe na troca. (Emerson, in Botan, 1989, p. 72)

Nas pesquisas que escolhem a organização como unidade central de análise, os pressupostos da teoria da troca podem também ser adaptados ao nível organizacional. Neste âmbito, alguns dos estudos sociológicos apontados como estando enquadrados na teoria da troca, são os trabalhos de Aldrich e Pfeffer (1976) e de Pfeffer e Salanick (1978). (Zey-Ferrel e Hall in Botan, 1989, p. 72)

A teoria da troca transposta para o nível da organização defende que as pessoas que trabalham nas organizações negociam entre si decisões acerca de comportamentos e objectivos organizacionais, moldando colectivamente as suas interacções para manter equilíbrio nos lugares de poder e nas trocas de recursos. Assim, «as estruturas organizacionais resultam de manter o equilíbrio das trocas; a comunicação organizacional ocorre ou falha de acordo com o equilíbrio dessas trocas; o conflito organizacional acontece quando os inputs e os outputs não estão equilibrados e há uma recusa em restaurar esse equilíbrio; a mudança organizacional resulta da negociação contínua dos inputs e outputs.» (Botan, 1989, p. 72)

A teoria da troca pode ser utilizada para desenvolver estudos sobre motivações organizacionais no seu processo de coordenação interna, sobre socialização, sobre tomada de decisão e sobre comunicação ou sobre a complexidade estrutural das organizações, possibilitando uma melhor compreensão da performance organizacional. (Ibid., p. 73)

Apesar de alguns teóricos considerarem a teoria do conflito como uma sub-classe da teoria da troca (Turner, 2001, p.7), a perspectiva do conflito surge como uma das primeiras abordagens a ir além da ênfase nas características pessoais enquanto

factor determinante das estruturas sociais, sobretudo com base nos contributos marxistas, nomeadamente, no que se refere à sua proposta do processo de produção enquanto unidade de análise. (Ibid., p. 74) A teoria do conflito está, igualmente, na origem da teoria dos sistemas mundiais que resultou na análise de uma série de questões relacionadas com o tema da globalização, que é hoje uma das novas e mais estudadas áreas da sociologia. (Turner, 2001, p.7)

A teoria do conflito assume o conflito com estando na base das trocas sociais e como produto dessas trocas, e as organizações como produtos do conflito entre os actores sociais. (Botan, 1989, pp. 73-74) Os trabalhos que sustentam esta teoria provêm de George Simmel (1955), L.A. Coser (1956), Ralf Dahrendorf (1959), Karl Marx (1969) e Appelbaum (1978), embora existam diferenças substanciais na natureza e valor do conflito entre alguns autores. Por exemplo, para Marx e Appelbaum, «o conflito é um antecedente necessário a uma mudança, igualmente, necessária», enquanto para Simmel «o conflito é algo inevitável, mas pode constituir um passo em direcção a forte coesão». (Ibid. p. 74)

Numa visão abrangente, a teoria do conflito vê, então, o conflito como algo inerente às interacções sociais devido aos objectivos e valores incompatíveis dos vários indivíduos e organizações – aquilo que é conhecido como a «dialéctica do fenómeno social». (Ibidem) Daqui se presume que em cada realidade existe um aspecto positivo e outro negativo, sendo no encontro dos opostos que está a essência das interacções. Assim, há sempre uma disputa pelo poder e pelos recursos, que são sempre escassos e que obrigam as pessoas a competir por eles. (Ibidem)

Na pesquisa que é feita sobre organizações complexas, a teoria do conflito tem focado dois aspectos principais: «a dialéctica do conflito e os modelos funcionais do conflito». O modelo dialéctico considera o conflito como inerente à organização, estando esta envolvida no processo de resolução desse conflito. Já o modelo funcional centra-se na utilidade do conflito para os objectivos e os valores de grupos de interesse particulares, e tenta reduzir o conflito para preservar a organização. (Zey-Ferrell in Botan, 1989, p. 74)

Talvez o tema de pesquisa mais abordado através da teoria do conflito seja a dimensão gestão-classe laboral nas organizações industriais. Contudo, se olharmos para as fontes de conflito podemos ver que este pode surgir em qualquer dimensão da

organização desde o nível mais pessoal entre indivíduos, aos departamentos ou diferentes unidades de uma organização, ou até entre organizações. Esta perspectiva é ainda útil para analisar o papel das diferentes hierarquias em presença numa organização, particularmente o papel do comunicador / relações públicas dentro de um conjunto mais vasto de interesses. Por exemplo, será que a desigualdade nas recompensas motiva os profissionais da comunicação organizacional a procurar mudanças de estatuto ou posições de maior poder na organização? (Ibid., p. 75)

A teoria estrutural-funcional é encarada como uma perspectiva conjunta do funcionalismo e do estruturalismo, com raízes no paradigma do positivismo científico e nascida a partir dos escritos de Emile Durkheim (1947) e Max Weber (1968). Conta ainda com articulações de Talcott Parsons (1948), Robert Merton (1968) e Peter Blau (1977). (Botan, 1989, p. 75)

Por exemplo, a imagem de que existe uma forma estrutural inerente a todos os eventos empíricos constituiu uma fonte de inspiração para algumas teorias como a teoria estrutural de Anthony Giddens (1984), a análise do *habitus* de Pierre Bourdieu (1984) e o estudo dos significados culturais de Robert Wuthnow (1987). Outras formas de estruturalismo são, também, a análise de redes ou a teoria geral dos sistemas, que interpreta os fenómenos em termos de sistemas de relações. (Turner, 2001, p. 13)

Esta perspectiva considera que «o fenómeno social ocorre como resultado da interacção entre estruturas sociais e as funções que essas estruturas servem», assumindo que as organizações e as interacções nelas existentes fazem parte de um sistema mais vasto. Assim, os processos que acontecem nas organizações como «a cooperação, o conflito, a comunicação, resultam de diferentes partes do sistema que se influenciam e ajustam umas às outras para manter o todo social.» (Ibid., pp. 75-76)

Ao contrário do interaccionismo simbólico, que estuda o indivíduo para compreender o todo, a teoria estrutural-funcional atenta no todo para compreender as partes, na medida em que defende que «a sociedade e as suas estruturas – como as organizações complexas – vão além da simples soma de partes individuais, do simples agregado de indivíduos que se constituem como entidades separadas». (Ibid., p. 76) Nesta perspectiva, as organizações são vistas como sistemas e as estruturas sociais – como as estruturas organizacionais – ocorrem como resultado das funções que servem, ao mesmo tempo que estas funções determinam as próprias estruturas. (Ibidem)

Curiosamente, embora seja uma boa perspectiva sociológica para estudar as organizações complexas, tem sido pouco usada neste campo, particularmente na área da comunicação organizacional. Analisar o papel que a comunicação ocupa na estrutura organizacional, pode trazer benefícios para a compreensão das estruturas profundas das organizações. (ibidem)

Bibliografia

- Botan**, Carl H. and Hazleton, Jr., Vincent, *Public Relations Theory*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1989
- Culnan**, Mary J., Markus, M. Lynne, “Information Technologies”, in Jablin, Fredric M., Putnam, Linda L. (Eds), *Handbook of Organizational Communication – An Interdisciplinary Perspective*, London, Sage Publications, 1987
- Cutlip**, Center, Broom, *Effective Public Relations*, New Jersey, Prentice Hall, 1985
- Eisenberg**, Eric & Goodall, Jr., H.L., *Organizational Communication*, 2nd Edition, Boston, St. Martin’s Press, 1997
- Garcia**, José Luis; Pires, Isabel e Melo, Aira de Carvalho, “A Comunicação nas Empresas na Perspectiva de Articulação entre a Sociologia das Organizações e a Sociologia da Comunicação”, *Cadernos do Nordeste*, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Vol. 10(2), 1997, pp. 85-107
- Giddens**, Anthony, *Sociologia*. 4^a Ed., Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2004
- Griffin**, E., *A First Look at Communication Theory*, 3rd Edition, New York, McGraw-Hill, 1997
- Grunig**, James (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1992
- Jablin**, Fredric M., Putnam, Linda L. (Eds), *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in theory, research and methods*, London, Sage Publications, 2001
- Littlejohn**, Stephen W., *Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana*, Rio de Janeiro, Editora Guanabara, 1988
- Marín**, Antonio Lucas et al., *Sociología de la Comunicación*, Madrid, Editorial Trotta, 1999
- McClelland**, Kent, “Symbolic Interactionism”, 2000, [online] acessível em: <http://web.grinnell.edu/courses/soc/s00/soc111-01/IntroTheories/Symbolic.html>, [05.09.04]
- More**, E.A. and Laird, R.K., *Organisations in the Communications AGE – An Introduction to Organisational Communication and Communication Technology for Management*, Sydney, Pergamon Press, 1985
- Narbonne**, Aimery de, *Communication d’entreprise: Conception et pratique*, Paris, Éditions Eyrolles, 1993
- Regouby**, Christian, *La Communication Globale: Comment construire le capital image de l’entreprise*, Paris, Les Éditions d’Organisation, 1988
- Scott**, John, *Sociological Theory – Contemporary Debates*, Cheltenham, Edward Elgar, 1997
- Turner**, Jonathan H., “Sociological theory today”, in Jonathan H. Turner (org.), *Handbook of Sociological Theory*, New York, Kluwer Academic, 2001pp. 1-17

Viegas, José Maniel Leite e Costa, António Firmino da (org.), *Portugal, que modernidade?*
Oeiras, Celta Editora, 1998