

NARRATIVAS MEDIÁTICAS E COMUNICAÇÃO

CONSTRUÇÃO DA MEMÓRIA COMO
PROCESSO DE IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

JOÃO FIGUEIRA
ANA TERESA PEIXINHO
EDITORES E ORGANIZADORES

IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

**NARRATIVAS ORGANIZACIONAIS COMO
POSSIBILIDADE DE (IN)COMUNICAÇÃO:
MEMÓRIA E IDENTIDADE NO CONTEXTO
DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL**

**ORGANIZATIONAL NARRATIVES AS
POSSIBILITY OF (NO)COMMUNICATION:
MEMORY, IDENTITY IN THE CONTEXT
OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION**

Renata Andreoni

Doutoranda Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Nicole D'Almeida

*École des Hautes Etudes en Sciences de l'Information
et de la Communication (Celsa), Université de Paris IV*

https://doi.org/10.14195/978-989-26-1558-5_1

Resumo

A partir do entendimento de que as organizações podem ser compreendidas como espaços de (re)construção de narrativas (D'Almeida, 2012; 2004), propomos desenvolver uma reflexão teórica sobre a interface memória, identidade e narrativa, no contexto da comunicação organizacional. Os textos/discursos apresentados como memórias institucionais da organização configuram-se como objeto teórico desta reflexão. Num primeiro momento, denominamos esses textos/discursos como *produtos institucionais de memória* para, então, buscar redimensionar essa compreensão a partir da narrativa, desenvolvida por Paul Ricoeur (1997; 1995; 1994), apresentando algumas aproximações iniciais à sua concepção da trílice *mimese*. Assim, objetivamos problematizar algumas dimensões pragmáticas, evidenciando uma rede de subjetividades que permeiam a (in)comunicação.

Palavras-chave

Comunicação Organizacional. Memória. Narrativas. Trílice *mimese*.

Abstract

Considering that organizations may be understood as narrative (re) construction spaces (D'Almeida, 2012; 2004), we propose a theoretical reflection on memory, identity and narrative interfaces in the context of organizational communication. The texts /discourses presented as organizational institutional memories are the theoretical object of this reflection. At first, we call these texts/discourses as institutional products of memory and then seek to resize this understanding from the concept of narrative, developed by Paul Ricoeur (1994, 1995, 1997), presenting initial approximations with his conception of triple mimesis. Thus, we aim to problematize some pragmatic dimensions, evidencing a network of subjectivities that permeate (no)communication

Keywords

Organizational communication. Memory. Narratives. Triple *mimesis*.

Neste artigo propomos desenvolver uma reflexão teórica sobre possibilidades de compreensão da interface memória, identidade e narrativa no contexto da comunicação organizacional. A partir da concepção da tríplice *mimese*, elaborada por Paul Ricoeur (1997; 1995; 1994), na trilogia *Tempo e Narrativa*, objetivamos problematizar algumas dimensões pragmáticas, evidenciando uma rede de subjetividades que permeiam a (in)comunicação¹. É importante ressaltarmos que a intenção não é desconsiderar o pragmatismo, ao contrário, é buscar refletir de acordo com a perspectiva complexa (Morin, 2008), considerando as multidimensionalidades que vão (re)tecendo a realidade social/organizacional.

A partir do entendimento de que as organizações podem ser compreendidas como espaços de (re)construção, promoção e circulação de narrativas (D’Almeida, 2012; 2004), vamos considerar, especificamente, os textos/discursos apresentados como memórias institucionais da organização. Inicialmente, optamos por denominá-los como *produtos institucionais de memória* para, em seguimento, redimensionar essa abordagem a partir da hermenêutica da narrativa, proposta por Ricoeur² (1997; 1995; 1994). O intuito é buscar compreendê-las como um processo em movimento, suscetível e aberto às diferentes apropriações e (im) possibilidades. Para refletirmos sobre as narrativas baseadas nas memórias de uma organização empresarial é necessário, antes, contextualizá-las em um universo mais amplo, considerando a

¹ No sentido proposto por Wolton (2010, p. 62), quando destaca que “pensar a comunicação é pensar a incomunicação”.

² Cientes da extensão e complexidade dos estudos sobre a narrativa realizados por Ricoeur (1997; 1995; 1994), não pretendemos, neste momento, desenvolver de maneira aprofundada esta compressão, mas propor aproximações iniciais, que possibilitem discussões futuras em torno desta proposição. Destacamos, ainda, que as relações entre identidade e narrativa, trabalhadas pelo autor, não serão abordadas nesta reflexão, considerando apenas interfaces entre identidade e memória.

emergência da memória na contemporaneidade, bem como a construção de múltiplas narrativas, que se transformam, numa sociedade em busca de autenticidade (D'Almeida, 2012).

Emergência da memória

Huyssen (2000) chama a atenção para a *emergência da memória*³ 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 caracterizada pela instabilidade do tempo e fragmentação do espaço.

Augè (2013; 2010), em seus estudos antropológicos, traz para o centro das suas reflexões a noção de *supermodernidade*. A caracterização de que vivenciamos e experimentamos uma cultura de excesso reconfiguram as dimensões de tempo, espaço e indivíduo, refletindo sobre nossas percepções e relações. Dessa forma, o autor apresenta o conceito de *não-lugar*⁴, em oposição ao sentido de lugar antropológico, aquele que se consolida sobre vivências, experiências e relações sociais, culturais e históricas, no qual há possibilidade de se constituir legitimação, pertencimento e identificação.

³ Determinados conceitos e expressões de autores serão destacados em itálico.

⁴ Este conceito é proposto por Augè (2013), como representação de espaços que não remetem a constituição de vínculos, que não promovem identificações, ausentes de sentidos. A configuração da *lugarização*, ou não, pode ser pensada, neste trabalho, a partir das narrativas.

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 reflete sobre a fragmentação das identidades, considerando que a identificação não é definitivamente determinada, pois a constituição da identidade é um processo de articulação e adaptação constante, podendo ser percebido em relação as *descentrações do eu*⁵ (Hall, 2000).

Essas questões, que permeiam os discursos analíticos da contemporaneidade, acabam por, de certa forma, amparar o protagonismo da memória, vivenciado, atualmente, 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 pesquisador considera que, por 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. No entanto, isso acaba levando a uma *esquizofrenia memorial*, “[...] quando em uma mesma sociedade coexistem a inflação e a valorização de memórias locais e a vontade de fundar uma identidade nacional com a ajuda de uma memória unificadora” (Candau, 2014, p. 200).

⁵ 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).

A onda mnêmica⁶ 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 relações de identificação. 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 se constitui como uma faceta para um consumo intimizado (Lipovetsky, 2004), no qual compra-se e vende-se reminiscências, emoções, sensações e identificações.

Ricoeur (2007) chama atenção para uma vulnerabilidade da memória, a partir de uma relação representativa, entre a ausência da coisa lembrada e sua presença na forma de representação. Nesse sentido, consideramos o aspecto de uma memória requisitada, trabalhada e exercitada. A memória como recurso para o desenvolvimento de narrativas organizacionais pode ser compreendida como uma operação cognitiva e pragmática. No entanto, conforme esclarece Ricoeur (2007, p. 72) “[...] o exercício da memória é o seu uso; ora, o uso comporta a possibilidade de abusos”. Não é objeto deste artigo refletirmos sobre questões referentes aos abusos da memória, mas tal menção nos permite evidenciar sua relação com a identidade na configuração de *produtos institucionais de memória*. Associamos esta iniciativa a *fragilidade da identidade* apresentada pelo autor, na medida em que uso/abuso da memória pode “[...] enxertar-se na reivindicação de identidade” (Ricoeur, 2007, p. 95).

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

⁶ Referente à memória, a palavra mnêmica advém da Grécia Arcaica, época em 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).

de experiência conquistada. A autora destaca, ainda, que a comunicação organizacional vem ocupando novos espaços, sobre os quais a perspectiva de acumulação sobre o trabalho da comunicação cede espaço à compreensão de seleção. Nesse processo, D'Almeida (2014) considera que as organizações são constituídas por dimensões materiais e imateriais. Propomos, então, aproximar essa discussão sobre a memória das narrativas organizacionais.

Narrativas institucionais: o texto/discurso da organização

Para além dos aspectos literários, a narrativa pode ser apreendida como um modo de (re)construção e compreensão do mundo. É, portanto, esse o sentido que nos interessa, narrativas que atuam na configuração e (re)estruturação das organizações empresariais contemporâneas. Nas palavras de D'Almeida (2012):

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 éloignée des productions littéraires, artistiques ou médiatiques que cette discipline a permis de comprendre d'une nouvelle manière⁷ (D'Almeida, 2012, p. 93).

Nesse sentido, podemos pensar a comunicação organizacional como espaço produtor, provocador e articulador de narrativas, em um processo constante de (re)citação de si, a partir

⁷ Compreender as organizações a partir de suas narrativas, pensá-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.

de narrativas institucionais⁸. 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 Lyotard, na década de 1970, em sua obra *A condição pós-moderna*. Sob esse contexto, D’Almeida (2012; 2004) considera a multiplicação de *narrativas econômicas*⁹ como uma alternativa à crise das grandes narrativas fundadoras e explicativas da história da humanidade. Assim, “l’activité narrative ne disparaît pas, mais son contenu change, de nouveaux narrateurs et de nouvelles intrigues apparaissent¹⁰” (D’Almeida, 2004, p. 27).

As narrativas assumem-se como possibilidades de relação da organização com os diferentes sujeitos, como tentativa de aparição, promoção e legitimação. Dessa forma, nos interessa destacar a sua capacidade de trabalhar a dimensão simbólica, através da produção dessas mensagens institucionais.

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,

⁸ Entre os estudos contemporâneos sobre as narrativas nas/das organizações, destacamos que há outras perspectivas, como as reflexões desenvolvidas por Boje (2001) que apresenta o conceito de *antenarrativa*, com enfoque sobre o conceito de *storytelling*. Para o autor, a atenção deve ser voltada para *antenarrativa*, pois nela encontramos as diferentes vozes, a não-linearidade do viver e fazer organizacional, os elementos que antecedem a narrativa e, portanto, representam a pluralidade do multiverso organizacional. No entanto, não trabalhamos com esta perspectiva, pois buscamos compreender a narrativa através da tríplice mimese, a partir do círculo hermenêutico proposto por Paul Ricoeur (1994; 1995; 1997). Sob essa concepção, tudo o que antecede o texto/discurso narrativo, faz parte da própria narrativa, como apresentaremos adiante.

⁹ *Récits économiques*, conforme a autora apresenta.

¹⁰ A atividade narrativa não desaparece, mas seu conteúdo se transforma, aparecem novos narradores e novas intrigas.

*ces récits proposent des signes de reconnaissance et d'appartenance*¹¹ (D'Almeida, 2012, p. 97).

Para a autora, as *narrativas econômicas* representam um conjunto de narrações que propõem sentidos, significações, como uma forma da empresa se apresentar e colocar-se no mundo. “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 venir¹²” (D’Almeida, 2004, p. 26). As narrativas, assim, corroboram os processos de (re)produção, representação e transformações das organizações.

Santos (2016) apresenta diferentes possibilidades de apreender, e pensar sobre, as narrativas nas/das organizações. No caso da abordagem de D’Almeida (2012; 2004), o enfoque está sobre uma reflexão crítica das formas hodiernas de relações entre as empresas, os públicos e a mídia. Inquietações que desvelam as organizações empresariais como produtoras de sentidos e significâncias simbólicas, para além de seus produtos e serviços. Apreender as organizações contemporâneas como coprodutoras de narrativas, é “[...] d’envisager la parole de l’organisation qui se pose ainsi comme institution: parole instituyente, instauratrice d’un temps, d’un ordre et d’un sens¹³ (D’Almeida, 2004, p. 28).

Tais reflexões nos possibilitam (re)pensar os *produtos institucionais de memória* sob a perspectiva da narratologia. Para

¹¹ 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 pertencimento.

¹² 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.

¹³ Considerar o discurso da organização que apresenta-se assim como instituição: fala instituinte, institucionalizante de um tempo, de uma ordem, de um sentido.

tanto, buscamos na tríplice *mimese*, na compreensão hermenêutica da narrativa de Paul Ricoeur, evidenciar outras dimensões.

Narrativa – *Mimese I, II e III*

Para o desenvolvimento do estudo da narrativa, Paul Ricoeur (1913 – 2005) estabeleceu, em sua obra *Tempo e Narrativa* (1994; 1995; 1997), aproximações entre os estudos de Santo Agostinho (354 d.C – 430 d.C) e Aristóteles (384 a.C – 322 a.C). Mais de 8 séculos de distância entre as obras desses dois autores não impediram Ricoeur de tecer, sem desconsiderar suas diferenças, pontos de encontros e complementaridades, que lhe permitiram constituir um percurso autônomo sobre a narrativa, mais especificamente sobre as históricas e ficcionais. Em Santo Agostinho, o autor buscou as inquietações e reflexões em relação a temporalidade, enquanto em Aristóteles a atenção foi para a leitura da *Poética*, onde encontrou a tessitura da intriga. A partir dessas referências, Ricoeur (1997; 1995; 1994) apresentou a narrativa em três estágios, que se (re)estruturam sobre um círculo hermenêutico, desenvolvendo-se em três movimentos: *mimese I*, *mimese II* e *mimese III*.

Segundo Ricoeur (1994) a *mimese I* corresponde ao mundo *pré-figurado*, o contexto onde a intriga se desenvolve, as dimensões éticas e prosaicas que coabitam o espaço do universo narrativo. A *mimese II* é o estágio da *configuração*, momento de se libertar do contexto da vida cotidiana para a *colocação-em-intriga*¹⁴, permitindo conquistar inteligibilidade sobre uma

¹⁴ Noção baseada naquilo que “[...] Aristóteles nomeou como *mythos*, onde o aspecto ordenado é mais acentuado que o aspecto fabuloso. Ela consiste em fazer uma história com eventos, portanto, em reunir em uma trama” (Ricoeur, 1998, p. 47).

natureza confusa e polifônica. O autor ressalta que a operação de *configuração* possui um caráter dinâmico e, portanto, prefere a utilização do termo *tessitura da intriga*.

Para resumir, o ato de configuração possui uma tripla estrutura: de um lado, a colocação-em-intriga, que chamei de “síntese do heterogêneo”; de outro, a inteligibilidade, a tentativa de esclarecer o inextricável; por último, a confrontação de diversas narrativas, lado a lado, contra, ou umas depois das outras, ou seja, a intertextualidade (Ricoeur, 1998, p. 48, grifos do autor).

A *mimese* III é a ocasião do encontro, da relação, da dialética e/ou da dialógica entre o texto/discurso e o sujeito. É o momento da *refiguração*, “[...] da intersecção entre o mundo do texto e o mundo do ouvinte ou do leitor” (Ricoeur, 1994, p. 110). Assim, o círculo hermenêutico se completa quando o sujeito passa a coabitar a trama, (re)construindo fluxos próprios e imprevisíveis, pois

[...] o leitor vem ao texto com suas expectativas próprias, e essas expectativas são afrontadas, confrontadas. Às proposições de sentido do texto na leitura, qual pode percorrer todas as fases, desde a recepção passiva, ou mesmo cativa, até a leitura reticente, hostil, colérica, vizinha da rejeição escandalizada, passando pela leitura ativamente cúmplice (Ricoeur, 1998, p. 51).

Assim, o percurso da *mimese* realiza-se, apresentando a narrativa como um todo aberto ao mundo, cujo texto/discurso promove o encontro da persuasão com as emoções. A narratologia de Paul Ricoeur possibilita desconstruirmos entendimentos

lineares e simplistas sobre as narrativas nas/das organizações, que seguem a lógica mecanicista/instrumental, sob a crença da comunicação operacional-transmissiva. Entendemos que a complexidade da narrativa, apresentada pelo autor, a partir das suas aproximações com a literatura, a história e a arquitetura, propicia novas alternativas de conexões, como o caso das organizações, mais especificamente para o contexto da comunicação organizacional. Pensar sobre o universo das narrativas parece ser uma possibilidade de fazer emergir dimensões propostas por Scroferneker e Amorim (2016), da organização experiencial, experienciada e/ou vivida.

A temporalidade da narrativa permite romper com o tempo cronológico; memória, espera e atenção encontram-se no agora. O tempo do acontecimento não necessita ser o mesmo da narrativa, ela marca seu próprio tempo. Sob essa perspectiva, a narrativa, em si mesma, é um ato de (re)construção e criação, podendo ser trama provocada pela organização para suscitar sentidos e significâncias.

Narrativa e (In)Comunicação nas organizações

O espaço organizacional extrapola os princípios da objetividade e tangibilidade e é, essencialmente e continuamente, (re)constituído por sujeitos em relação e suas subjetividades. Conforme destaca Srour (2012), as organizações são sistemas abertos e campos de força, um terreno movediço de contradições entre agentes coletivos que se contrapõem.

Segundo Chanlat (1993), o comportamento organizacional se estrutura como uma imensa colcha de retalhos, um campo aberto a quase todos os ventos teóricos. No interior desse conjunto heterogêneo 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 que possamos identificar com maior transparência essa organicidade complexa. Cada dimensão¹⁵ nos propõe refletir sobre questões fundamentais da realidade organizacional, que não é por serem intangíveis que deixam de ter relevância. No entanto, muitas vezes acabam sendo desconsideradas, ignoradas e, até certo ponto, sufocadas.

Scroferneker e Amorim (2016) refletem sobre a realidade organizacional e suas inter-relações com a comunicação a partir de uma aproximação com diferentes teóricos que trabalham as noções de tempo, espaço e lugar. Conforme as autoras, os espaços organizacionais “[...] costumam não favorecer a comunicação e tampouco as relações entre elas. O tempo é estritamente o tempo da produção, preferencialmente ininterrupta” (Scroferneker; Amorim, 2016, p. 260). Tal constatação apresenta que, nas organizações, ainda prevalece a lógica informacional/transmissiva, desconsiderando possibilidades de uma relação aberta à circularidade hermenêutica. No entanto, ratificam:

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).

Essas características nos levam a considerar as organizações enquanto um sistema complexo, onde não encontramos apenas

¹⁵ Para maior detalhamento sobre as questões trabalhadas em cada dimensão verificar Chanlat (1993).

elementos quantificáveis e plenamente planejáveis e assertivos, mas constituídos, também, por incertezas e imprevisibilidades. A ideia de controle absoluto acaba por sufocar a dinâmica organizacional, comprometendo seus processos, que são vivos, dificultando transformações, adaptações e inovações essenciais para a sua auto-eco-organização¹⁶. Portanto, consideramos que este cenário demanda um entendimento de comunicação condizente a tal complexidade. Nas palavras de Silva (2008):

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. 9).

Dessa forma, propomos (re)pensar a comunicação organizacional como produtora de narrativas (D’Almeida, 2012), no sentido desenvolvido por Paul Ricoeur. A aproximação da narrativa do contexto organizacional possibilita concebermos que a realidade se (re)constitui sobre prosa e poesia¹⁷, numa relação entre concordância e discordância (Ricoeur, 1998;

¹⁶ A noção de auto-eco-organização é proposta por Edgar Morin como um dos princípios do Pensamento Complexo, enfatizando que o sistema não é autossuficiente, ele “[...] 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).

¹⁷ Conforme Morin (2015), “[...] a vida é um tecido mesclado ou alternativo de prosa e poesia. [...] Precisamos de prosa para nos sensibilizarmos com a poesia. Se tivéssemos uma vida permanentemente poética, seríamos totalmente incapazes de discernir sobre a prosa. Não há dúvida que precisamos de racionalidade em nossas vidas. Mas temos necessidade de afetividade, ou seja, de laços de plenitude, de alegria, de amor, de exaltação, de jogo, de Eu, de Nós (Morin, 2015, p. 35-36).

1994), numa temporalidade fenomenológica. Essa compreensão trabalha sobre a conjunção de multiplicidades qualitativas, o que conduz buscarmos apreender a comunicação sobre uma perspectiva da *razão sensível*¹⁸. A narrativa como uma possibilidade, entre outras, de nos colocarmos em relação dialógica¹⁹, assumindo e acolhendo o caráter contingencial da comunicação, bem como as multidimensionalidades que permeiam sua efetuação.

Considerações finais

Com as aproximações estabelecidas nesta reflexão, (re)tece-mos caminhos para pensarmos a (in)comunicação no contexto da comunicação organizacional. O “mundo do texto” conjuga temporalidades e vozes distintas, buscando dar inteligibilidade com a intriga, em *configurar* a complexidade do multiverso organizacional. No entanto, perceber essa situação tão somente de maneira transmissiva e objetiva é desconsiderar a intertextualidade, o momento do encontro e da confrontação de diversas narrativas. Sob essa perspectiva, entendemos que a narrativa, baseada nas memórias de uma organização, pode se constituir em um espaço dialógico, de experiências, consonâncias e dissonâncias, (re)encontros e desencontros, de negociação e

¹⁸ Construída sobre uma experiência estética, buscando sentir para, então, significar, atuar e criar. A *Razão Sensível* nos permite fazer emergir a *esthesia*, sufocada pelo paradigma cartesiano. Assim, entendemos que as organizações passam por um processo de anestesia coletiva, sob formas assépticas de relação, que hoje já não se sustentam mais, em uma realidade social/organizacional composta por sujeitos que reivindicam cada vez mais espaços de/para expressão e conexão.

¹⁹ No sentido atribuído por Edgar Morin, indo além do pressuposto do diálogo entre lógicas distintas, porque concerne uma relação que se fundamenta na complementariedade antagônica, estabelecendo a “[...] dualidade no seio da unidade” (Morin, 2008, p. 107).

compreensão, entendendo, neste caso, que “[...] compreender não é conhecer, mas ser e relacionar-se com outros seres” (Marialva, 2006, p. 148). A (in)comunicação é condição que emerge na trama narrativa, pois “comunicar é cada vez menos transmitir, raramente compartilhar, sendo cada vez mais negociar e, finalmente, conviver. [...] não se pode negar a abertura ao outro [...]”. (Wolton, 2010, p. 62).

Acreditamos que a tríplice *mimese* de Ricoeur (1997; 1995; 1994) apresenta possibilidades de compreensões sobre as narrativas para além das noções objetivas, de seus aspectos instituídos e institucionalizantes. Nos permite, assim, ultrapassar suas dimensões informativa, publicitária, persuasiva e legitimadora. Por meio do círculo hermenêutico a narrativa é compreendida como um todo aberto, um texto/discurso inacabado. É sob esta perspectiva que redimensionamos a noção de *produtos institucionais de memórias*, associados as demandas da *fragilidade de identidade* (Ricoeur, 2007), para compreendê-los enquanto processos narrativos, que possibilitam a (re) construção de sentidos, a comunicação. Assim, entendemos que a comunicação encontra potencialidades mais expressivas na *mimese* III, no momento da interação com o(s) sujeito(s), fora das dimensões operacionais e controladoras, onde os sentidos podem emergir numa relação de contágio, no movimento de um processo incompleto, sempre suscetível a (re)interpretações, transformações, criações e, portanto, a comunicação. Com esta abordagem assumimos a comunicação para além de uma ferramenta de gestão, mas, também, como pressuposto ontológico da organização que se realiza (efetua, acontece) na experiência estética da relação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUGÈ, M. (2013). *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade* (9nd ed.). Campinas: Papirus.
- AUGÈ, M. (2010). *Por uma antropologia da mobilidade*. Maceió: Editora Unesp/UFAL.
- BARBOSA, M. (2006). O filósofo do sentido e a comunicação. *Conexão – Comunicação e Cultura*, 5 (9), 139-149. <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/209> (acedido a 20 de maio de 2017).
- BOJE, D. M. (2001). *Narrative methods for organizational and communication research*. London: Sage.
- CANDAU, J. (2011). *Memória e Identidade*. São Paulo: Contexto.
- CHANLAT, J. F. (1993). Por uma antropologia da condição humana nas organizações. In: Torres, O. L. S. (Org.). *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas* (3.ª ed.). São Paulo: Editora Atlas.
- D'ALMEIDA, N. (2014). Memória Organizacional, narrativa de uma experiência bem-sucedida ao longo do tempo. *Organicom*, 11 (20), 149-156. <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/696> (acedido a 10 de maio de 2017).
- D'ALMEIDA, N. (2012). *Les promesses de la communication* (2^{ème}). Paris: PUF.
- D'ALMEIDA, N. (2004). Les organisations entre récits et médias. *Canadian Journal of Communication Corporation*, 29 (1), 25-46. <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1402/1493> (acedido a 10 de maio de 2017).
- HALL, S. (2000). Quem precisa da identidade? Silva, T. T. (Org.) *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes.
- HUYSSSEN, A. (2000). *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano.
- LE GOFF, J. (2003). *História e Memória*. Campinas: Editora Unicamp.
- LIPOVETSKY, G (2004). *Tempos Hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- MORIN, E. (2015) *Ensinar a Viver: Manifesto para mudar a educação*. Porto Alegre: Editora Sulina.

- MORIN, E. (2008) *Introdução ao Pensamento Complexo*. (5.^a ed.). Lisboa: Instituto Piaget.
- RICOEUR, P. (2007). *A memória, a história, e o esquecimento*. Campinas: Unicamp.
- RICOEUR, P. (1998). Arquitetura e Narratividade. *Urbanisme*, (303), 44-51 <https://pt.scribd.com/document/189003836/Arquitetura-e-Narratividade-Paul-Ricoeur> (acedido em 12 de maio de 2017).
- RICOEUR, P. (1997). Tempo e Narrativa (3). Campinas: Paurus.
- RICOEUR, P. (1995). *Tempo e Narrativa* (2). Campinas: Papyrus.
- RICOEUR, P. (1994). *Tempo e Narrativa: a intriga e a narrativa histórica*. (1). Campinas: Papyrus.
- SANTOS, L. C. (2016). *Communication des Organisations: stratégies de légitimation au travers des récits historico-organisationnels*. Tese de Doutorado, École Doctorale V – Concepts et Langages – Université Paris – Sorbonne, França.
- SCROFERNEKER, C. M. A.; AMORIM, L. R. (2016). Por uma topofilia da Comunicação Organizacional: reflexões sobre espaço e lugar da comunicação. *Revista ALAIC*, 13 (24), 256-265. <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/689> (acedido a 4 de maio de 2017)
- SILVA, J. M. (2015). *O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES*. (3.^a ed.). Porto Alegre: Sulina.
- SROUR, R. H. (2012). *Poder, cultura e ética nas organizações*. São Paulo: Editora Campus.
- WOLTON, D. (2010). *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.