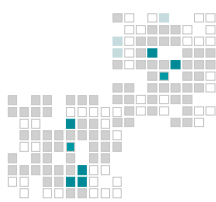


# POR UMA TOPOFILIA DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: REFLEXÕES SOBRE ESPAÇO E LUGAR DA COMUNICAÇÃO

TOPOPHILIA OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION: REFLECTIONS  
ON SPACE AND PLACE OF COMMUNICATION

*POR UNA TOPOFILIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:  
REFLEXIONES ACERCA DEL ESPACIO Y LUGAR DE LA  
COMUNICACIÓN*

256



## Cleusa Maria Andrade Scroferneker

■ Professora Titular da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia da Universidade Católica do Rio Grande do Sul/FAMECOS/PUCRS. Bolsista PQ/CNPq 2. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

■ E-mail: [scrofer@pucrs.br](mailto:scrofer@pucrs.br).

## Lidiane Ramirez de Amorim

■ Gerente de Comunicação Corporativa da Rede Marista, em Porto Alegre (RS), Brasil e como docente da Faculdade SENAC em Porto Alegre. Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do RS (PUC-RS), mestre pela mesma Universidade.

■ E-mail: [lidyamorim@gmail.com](mailto:lidyamorim@gmail.com).

## RESUMO

A reflexão proposta traz consigo um olhar [dentre tantos possíveis], à luz da Geografia, ancorados pelo pensamento complexo. Propomos compreender as organizações enquanto 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/vínculos, nos quais o tempo vem sendo redimensionado. Com base em tais argumentos, o artigo tem como objetivo principal apresentar possibilidades de (re)pensar a Comunicação Organizacional fazendo-a dialogar com a Topofilia, que traz em sua essência a compreensão do espaço como experiência [vivida e sentida].

**PALAVRAS-CHAVE:** COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL; TOPOFILIA; PENSAMENTO COMPLEXO; ORGANIZAÇÕES.

## ABSTRACT

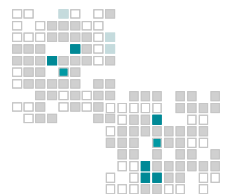
The proposed reflection brings with it another look [among the many that are possible], in the light of Geography, anchored by the complex thinking. We propose to understand the organizations as being the space and the place for existences/survivals and/or experiences, of meetings/disagreements/reencounters, of construction/strengthening/disputes on sense, of approaches/separations, of the (non) communication/entailments, in which the time has been re-dimensioned. Based on these arguments, the article has as its main objective to present possibilities of (re)thinking the Organizational Communication, causing it to dialogue with Topophilia, bringing in its essence the comprehension of the space as an experience [lived and felt].

**KEYWORDS:** LATIN AMERICA; DOCUMENTARY; COMMUNICATING SUBJECTS; VIDEO/FORUM

## RESUMEN

La reflexión que proponemos trae una mirada [entre muchas posibles], bajo la luz de la Geografía y el pensamiento complejo. Sugerimos comprender las organizaciones como espacio y lugar de vivencias/supervivencias y/o experiencias, de encuentros/desencuentros/reencuentros, de construcción/fortificación/disputas de sentido, de aproximaciones/alejamientos, de (in)comunicación/vínculos, en los cuales el tiempo es redimensionado. Basándose en estos argumentos, el artículo tiene como principal objetivo presentar las posibilidades de (re)pensar la Comunicación Organizacional, haciéndola dialogar con la Topofilia, que trae en su esencia la comprensión del espacio como experiencia [vivida y sentida].

**PALABRAS CLAVE:** COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL; TOPOFILIA; PENSAMIENTO COMPLEJO; ORGANIZACIONES.A



## 1. Topofilia e comunicação organizacional: o diálogo possível

Propor outro olhar [dentre tantos outros possíveis] para a compreensão das interações entre comunicação e organizações são nossas marcas em estudos de comunicação organizacional na contemporaneidade<sup>1</sup>. O pensamento complexo (Morin, 2006, 2005, 2000), por sua vez, tem se constituído na lente paradigmática nas pesquisas que desenvolvemos, desafiando-nos a ousar, a buscar outras possibilidades, outras (re) leituras que permitam, mesmo que parcialmente, a compreensão<sup>2</sup> para além do entendimento, da comunicação organizacional.

Para Morin (2006, p.83) “o pensamento complexo<sup>3</sup> não recusa de modo algum a clareza, a ordem, o determinismo. Ele os considera insuficientes, sabe que não se pode programar a descoberta, o conhecimento, nem a ação”. De acordo com o referido autor, “o que o pensamento complexo pode fazer é dar, a cada um, um memento, um lembrete, avisando: não esqueça que a realidade é mutante, não esqueça que o novo pode surgir e, de todo modo, vai surgir” (Morin, 2006, p.8). Concordamos com Da Silva, Rabelo e Bessa (2003) quando afirmam que a complexidade tem algo de decepcionante para quem almeja soluções simples ou prefere análises que operam

1 Ver Scroferneker, Cleusa Maria Andrade. *Contra tendências paradigmáticas da comunicação organizacional contemporânea no Brasil*. Revista diálogos, Revista de La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFASC <[http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/10/85\\_REvista\\_Dialogos\\_Contra\\_tendencias\\_paradigmaticas\\_da\\_comunica%C3%A7%C3%A3o\\_organizacional\\_contempor%C3%A2nea\\_no\\_brasil.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/10/85_REvista_Dialogos_Contra_tendencias_paradigmaticas_da_comunica%C3%A7%C3%A3o_organizacional_contempor%C3%A2nea_no_brasil.pdf)>.

2 De acordo com Morin (2007) compreender é captar as significações existenciais de uma situação ou de um fenômeno, significa intelectualmente apreender em conjunto, abraçar junto, o texto e seu contexto, as partes e o todo, o múltiplo e o uno, como sugere sua etimologia, do latim *comprehendere*.

3 Curvello (2007, p.105) a partir de uma perspectiva de complexidade em Luhmann, afirma que “o pensamento complexo extrapola, portanto, os limites do pensamento linear, herdeiro de uma visão mecanicista do mundo”.

categorias binárias, visto que, “a complexidade [...] num outro sentido, [...] nos faz compreender que jamais poderemos escapar da incerteza e que jamais poderemos ter um saber total” (Morin, 2006, p.69).

E é pelos argumentos desse paradigma e pelas inquietações que nos movem, que ousamos propor (re)pensar a comunicação organizacional a partir da Geografia, e de alguns de seus fundamentos que envolvem as noções de tempo, espaço e lugar. Nesse sentido, a topofilia foi um feliz reencontro, ao nos possibilitar ir além do que até então conseguimos perceber em relação às organizações e à comunicação organizacional. Topofilia “é o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico [...]” (Tuan, 2012, p.19). Essa expressão “[...] é um neologismo, útil quando pode ser definida em sentido amplo, incluindo todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material [...]” (Tuan, 2012, p.135).

A expressão cunhada por Tuan (1974) é oriunda das inquietações desse autor, nos anos de 1960-1970 sobre “[...] a relação do homem com o ambiente, voltada para uma geografia humanista” (Marandola Jr., 2013, p.8). Sob nossa perspectiva, essas inquietações transcendem a geografia humanista, pois as abordagens e concepções de Tuan sobre espaço, lugar e tempo, que têm na sua essência a ideia de experiência vivida [e sentida], nos remete à (re)significação dessas experiências nos ambientes organizacionais contemporâneos.

Marandola Jr. (2013) no prefácio do livro de Tuan *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência* chama a atenção para as ideias fundantes dessa obra. A primeira diz respeito à distinção entre espaço indiferenciado do lugar significado<sup>4</sup>, e a segunda sobre a compreensão de que “[...] o lugar é construído a partir da experiência e dos sentidos [...]” (Marandola, 2013, p.7). Santos (2008, p.33)

4 Para Tuan (2013), que o espaço indiferenciado assume lugar significado quando lhe é atribuído valor. Essa atribuição de valor está relacionada ao conhecimento desse espaço proporcionado pela experiência/vivência.

ênfatisa que “é pelo lugar que revemos o mundo e ajustamos nossa interpretação, pois nele o recôndido, o permanente, o real triunfam, afinal, sobre o movimento, passageiro, o imposto de fora”. O lugar é o encontro entre **possibilidades** latentes e **oportunidades** (grifos do autor) preexistentes ou criadas. Já o espaço, por sua vez, na visão do autor, “[...] é, também e sempre, formado por fixos e fluxos. Nós temos coisas fixas, fluxos que se originam dessas coisas fixas, fluxos que chegam a essas coisas fixas. Tudo isso junto é o espaço”<sup>5</sup> (Santos, 2008b, p.85).

Raffestin (1993) refere-se ao espaço e ao território, entendendo que “[...] o espaço é a ‘prisão original’, o território é a prisão que os homens constroem para si”, (1993, p.144), admitindo que

*[...] o espaço é anterior ao território. O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente (por exemplo, pela representação), o ator ‘territorializa’ o espaço (Raffestin, 1993, p.143).*

Para o autor, o espaço é anterior a qualquer ação e é, de certa forma, “dado”, como uma matéria-prima. Ao territorializar o espaço o ator, sujeito de seus atos imprime e deixa marcas, imagens, pois “qualquer projeto no espaço que é expresso por uma representação revela a imagem desejada de um território, de um local de relações”. Essa representação, nas palavras de Raffestin (1993, p.144), “[...] compõe o cená-

5 [...] ganhou uma nova dimensão – a espessura, a profundidade do acontecer-, graças ao número e diversidade enormes dos objetos (isto é, fixos) de que hoje é formado e ao número exponencial de ações (isto é, fluxos) que o atravessam. Essa é uma nova dimensão do espaço, uma verdadeira quinta dimensão (Santos, 2008, 34-35).

rio<sup>6</sup>, tendo a organização como o espetáculo<sup>7</sup> da tomada original do poder”.

Para Tuan (2013, p.11), por sua vez, **espaço e lugar** (grifos do autor) são termos familiares que indicam experiências comuns: “[...] o lugar é segurança e o espaço é liberdade: estamos ligados ao primeiro e desejamos o outro”. Um dos questionamentos propostos por Tuan, a partir dessa compreensão de espaço e lugar, permite-nos (re) visitar as organizações: “considerando os dotes humanos, de que maneira as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar?” (Tuan, 2013, p.12). Diante desse questionamento do autor e considerando as organizações e sua centralidade na vida dos sujeitos contemporâneos, o que as torna espaço e/ou lugar? Que sentidos e significados emergem desse espaço habitado e/ou desse lugar de experiência? Desses fixos e fluxos identificados por Santos (2008)?

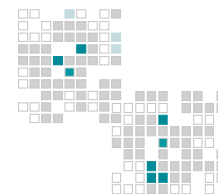
## 2. Do espaço ao (não/entre) lugar organizacional

Responder a essas questões que são parte da nossa trajetória de pesquisa, implica em (re) pensar as organizações como **lugar e espaço**, significa ter clareza da importância das experiências sociais que brotam das relações com esse [e nesse] ambiente. Compreender essas relações e aceitar sua existência, por sua vez, possibilita-nos perceber que os processos de **lugarização**<sup>8</sup> dos sujeitos no espaço organizacional

6 Recorrendo ao interacionismo simbólico (Goffman, 2011), lembramos que em qualquer sociedade um indivíduo é como um ator que desempenha uma série de papéis de acordo com o momento em que se encontra e o público que o acompanha. Nessa perspectiva, podemos compreender as organizações como um verdadeiro palco em que os sujeitos encenam e interagem, em uma perceptível teatralidade cotidiana. Para Goffmann (2011), os papéis que os atores sociais representam são como uma “segunda natureza”, integram a sua personalidade.

7 “O espetáculo cria uma autorrepresentação do mundo que é superior ao próprio mundo real. Ele funciona como uma ponte entre esses dois mundos, conservando-lhe o isolamento. [...] Ele fornece o roteiro, o ato, a fala, e ainda, avalia o desempenho” (Wood Jr., 2001, p.57-58).

8 A expressão **lugarização e lugar** em destaque advém da compreen-



passam pelas condições que permitem o desenvolvimento de relações, a valorização dos sujeitos e a criação de vínculos (Rivière, 1998; Zimmermann, 2010; Baitello, 2008), que despertem o sentimento de pertença, que motivem a realização pessoal e a paixão pelo trabalho desenvolvido. Para tanto, as organizações necessitam constituir-se como um **lugar** (Augé 2010, 2012) que valorize e estimule as diversas dimensões da comunicação e onde haja sintonia entre os valores pessoais e os valores que orientam a conduta da organização.

Segundo Tuan (2013, p.14), “na experiência, o significado de espaço, frequentemente se funde com o de lugar. ‘Espaço’ é mais abstrato do que o ‘lugar’ (grifos do autor). O que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor”. Ao ser **lugar** de trabalho, a organização pode ter caráter de lar para um profissional que coloca seu ofício como centro de sua vida, e/ou pode ser um lugar de passagem, de pouca importância, transitório e até mesmo ausente de sentidos mais profundos, ao ser um espaço indiferenciado.

Recorrendo à concepção de lugar e não-lugar de Augé (2010) e da expressão de entre-lugar redefinida por Castrogiovanni (2007) a partir da concepção de entre-lugar de Bahbba (1998), acreditamos ser possível afirmar que as organizações podem ser, ao mesmo tempo, lugar para algumas pessoas, não-lugar e/ou entre-lugar para outras, dependendo das relações, do tempo, da intensidade das experiências e da importância que a organização assume na vida de cada sujeito.

---

são de **lugar antropológico** proposto por Augé (2010, 2012) e significa o processo de inclusão, legitimação e reconhecimento (Zimmermann, 2010) de uma determinada dimensão em um dado contexto espacial e social. Uma dimensão, ao estar **lugarizada**, mesmo que provisoriamente, plenamente inserida, incluída e, sobretudo, compreendida no contexto em que se insere. Há, portanto, um vínculo constituído entre a dimensão **lugarizada** e o espaço (lugar).

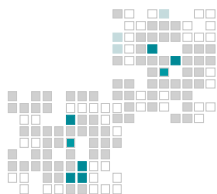
De acordo com Castrogiovanni (2007), o não-lugar parece ser a simples negação do lugar. O lugar e o não-lugar são, antes, polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente (Augé, 2010).

O não-lugar diferencia-se do lugar pelo seu processo de constituição, e não apenas pelas suas formas. *Ambos são frutos de construções sociais, no entanto o não-lugar é a medida da época [...] seria a ausência do lugar em si mesmo. O lugar existe, também pelas próprias contradições que encerra em si, que lhe dão existência* (Castroviovanni, 2007, sp).

Sob a perspectiva de Castrogiovanni (2007, sp) “o não-lugar parece ser um estágio em que a realidade que comporta o lugar se esforça para reproduzir a ficção da inexistência de contradições. Pensamos ser o entre-lugar o lugar praticado pelo sujeito [...], num certo tempo”. Para Augé (2010, 2012), o espaço se faz **lugar** ao ser identitário, histórico e relacional. Organizações que são não-lugares tendem a ser marcadas pela indiferença e pelo anonimato, pelo fazer vazio de sentido, repetidas vezes. A dimensão da comunicação é verticalizada, nem todos têm direito à fala, e os que possuem a utilizam no imperativo, do dever fazer, do dever ser. Os diálogos<sup>9</sup> são raros e/ou quase inexistentes. Seus espaços costumam não favorecer a comunicação e tampouco as relações entre elas. O tempo é estritamente o tempo da produção, preferencialmente ininterrupta.

---

9 Diálogo é assumido como elemento central dos processos comunicacionais do [no] universo de tensão das organizações de naturezas diversas. É “palavra que atravessa”, conversa que permeia, “papo” que preenche um espaço entre pessoas (Marcondes Filho, 2008) Para Bohm (2005), o diálogo é um processo de vai e vem, com a emergência contínua de novos conteúdos que passam a ser comuns aos participantes. Sennet (2012), situa o diálogo nas relações sociais e laborais, especialmente na busca de cooperação entre os sujeitos. Para o autor, o tipo exigente de cooperação entre as pessoas pode ser um dos caminhos para melhorar a condição humana nas organizações.



As organizações que repousam sobre modelos de racionalidade que, conseqüentemente, racionalizam os lugares neutralizando as qualidades sensíveis do espaço, provavelmente tornam-se não-lugares para quem ali trabalha. São não-lugares porque a lógica que impera é prosaica, estritamente funcional, do botão que se aperta, do projeto que se redige, da planilha que se completa, sem que o trabalhador consiga vislumbrar que sentido possui no todo da organização, de que maneira o seu trabalho contribui para as metas e objetivos, que valor ele próprio possui para a organização. Para Bauman (2001, p.119) “[...] os não-lugares aceitam a inevitabilidade de uma adiada passagem. às vezes muito longa, de estranhos e fazem o que podem para que a sua presença seja ‘meramente física’ (grifo do autor) e socialmente pouco diferente [...]”.

Por outro lado, quando o ambiente organizacional possibilita a construção de vínculos e espaços de interação, quando a dimensão humana da organização é considerada relevante para a gestão, quando há um clima favorável para a cooperação e coabitação, a organização pode alcançar o status de **lugar**. Chanlat (2011, 2010, 1993) está entre os estudiosos que ressaltam a necessidade de perceber e compreender “o fato humano” das organizações. Em seus estudos de antropologia organizacional, o pesquisador entende o ser humano como um ser que, inserido em um espaço sócio histórico, é um ser de ação e reflexão, um ser de palavra, de linguagem, de discurso, de desejo, pulsão e relação, que navega em um universo de signos, imagens, metáforas, mitos e alegorias (Chanlat, 2010). É plural e complexo e trilha sua trajetória, dentro e fora do espaço organizacional.

Sujeitos organizacionais são, antes de tudo, sujeitos complexos, de raízes cósmicas, biológicas e dimensões psico-socio-culturais. São, nas palavras de Morin (2007), portadores da cultura na sua universalidade humana e nas suas caracterís-

ticas singulares. A recursividade e o holograma, presentes na trindade indivíduo/sociedade/espécie, auxilia-nos a compreender a relação indivíduo/organização. Cada um dos termos contém o outro, indivíduos estão na espécie que por sua vez está nos indivíduos, e o mesmo ocorre entre indivíduo e sociedade, indivíduos e organização.

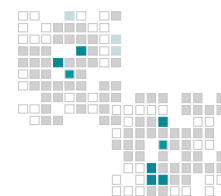
### 3. Organizações: lugar de pessoas, relações e vínculos

Por ser constituído de pessoas, o espaço organizacional integra muito mais que relações econômicas, de trabalho, de propriedade, estruturais, de consumo ou de poder. É composto, sobretudo, de coletividades que definem seu *ethos* e sua natureza.

*Fechado ou aberto, nebuloso ou claramente definido, personalizado ou anônimo, funcional ou labiríntico, significativo ou vazio de significado, o espaço organizacional, quaisquer que sejam suas características, constitui um dos pilares fundamentais do quadro da ação humana (Chanlat, 2010, p.109).*

A organização é um microcosmo social, e, por isso, sujeita à instabilidade, fragilidade, complexidade, ao encantamento, à frustração e a todas às demais características intrínsecas a qualquer ambiente habitado por pessoas. A organização é sujeita também aos processos de territorialidade, que reflete a multidimensionalidade do “vivido” territorial pelos sujeitos organizacionais, uma vez que vivem, ao mesmo tempo, o processo e o produto territorial através de um sistema de relações existenciais e produtivistas (Raffestin, 1993).

Com base no pensamento de Morin, compreendemos que os sujeitos organizacionais carregam o todo da humanidade, da sociedade, dos espaços/territórios nos quais transitam e da organização onde atuam, sem deixar de ser uma unidade elementar. É por conter o todo,





“mesmo sendo parte desse todo, comportando não apenas o complementar da trindade indivíduo/sociedade/espécie, mas também seus antagonismos e contradições” (Morin, 2007, p.73) que cada sujeito carrega a forma inteira da condição humana.

Por muito tempo, de acordo com Chanlat (2010), grande parte dos pesquisadores que se dedicaram ao estudo das organizações concentrava seu interesse nas questões voltadas para a eficácia, desempenho e produtividade e a busca desenfreada pelo rendimento em curto prazo, reduzindo esforços de pesquisas a simples técnicas de controle. Recentemente, cada vez mais os estudiosos em geral, especialmente na cultura latina, contestam a concepção instrumental e “manipuladora do ser humano”, nas palavras do autor, passando a debruçar-se sobre outras perspectivas teóricas, na busca por tornar compreensível a experiência humana nas organizações, a partir da sua complexidade e riqueza como campo de estudo.

Contudo, ainda as questões humanas permanecem à sombra no cotidiano de grande parte das organizações. São, novamente parafraseando Chanlat, “dimensões esquecidas” pelas lideranças da organização quando estabelecem as prioridades, o destino dos investimentos e direcionamento da sua atenção. Em um mundo essencialmente dominado pela racionalidade instrumental,

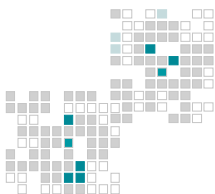
*homens e mulheres que povoam as organizações são considerados, na maioria das vezes, apenas recursos, isto é, como quantidades materiais cujo rendimento deve ser satisfatório do mesmo modo que as ferramentas, os equipamentos e a matéria prima. Associados ao universo das coisas, as pessoas empregadas nas organizações transformam-se em objetos. Em alguns casos, só acontecimentos extraordinários fazem emergir sua condição humana (Chanlat, 2010, p.25).*

Em pleno século XXI, as organizações contemporâneas, em termos estruturais e tecnológicos, em nada se parecem com as indústrias do período pós-Revolução Industrial. A herança da maneira de pensar o ser humano no mundo do trabalho, de modo coisificado e fragmentado, parece ainda pautar grande parte das organizações.

Acreditamos que as organizações não são meros locais de trabalho, são também lugares onde se desenvolve a identidade humana (Mumby, 2010), territórios repletos de sentidos e de disputas. Neste contexto, Mumby (2010) lembra a descrição das organizações de Peter Frost (et al. 2000) como “locais de cura e dor diárias”. O espaço organizacional, a nosso ver, é um lugar [significado] em que a presença humana é central, intrínseca e determinante. Sob a perspectiva de Tuan (2013, p.14) “a ideia de ‘espaço e lugar’ (grifos do autor) não podem ser definidas uma sem a outra. [...] Se pensarmos como algo que permite movimento, então o lugar é a pausa; cada pausa no movimento torna possível que a localização se transforme em lugar”.

O espaço organizacional é por nós compreendido como um sistema vivo, (re) tecido por meio de vínculos e relações, permeado pelo diálogo, essencialmente composto por sujeitos, sobrecarregado de significações e simbolismos, e, com eles, se auto-eco-organiza, num constante movimento recursivo. Organização e pessoas se auto-eco-produzem, desenvolvem-se, alimentam-se. O movimento recursivo é constante e a necessidade é mútua, simbiótica.

Essa abordagem reitera que as relações entre organização e sujeitos, na busca pela lugarização da **pausa** (grifo nosso) vão além dos contratos de trabalho. Segundo Freitas (2006), na perspectiva psicanalítica, o indivíduo se liga a uma organização por vínculos não apenas materiais, mas também afetivos, imaginários e psicológicos. As grandes empresas exercem, no entendimento da autora, uma enorme **força gravitacional** (grifo



nosso) sobre o indivíduo e as fontes de motivação e prazer que ele encontra no espaço organizacional podem representar desejos e sensações infantis atualizados. Para Freitas, em situações como essas, a empresa acaba se configurando como uma caixa de ressonância de desejos, capaz de absorver e estimular processos de transferência<sup>10</sup> de afetos que antes ligavam o indivíduo ao pai e à mãe, aos amigos, aos vizinhos, à comunidade.

Freitas (2006, p.89) acredita que “quanto mais as empresas se pretendem como o *lugar* que dá sentido e significado à vida, mais elas se tornam objeto dessas relações de transferência”. Para Tuan (2013, p.28-29) “objetos e lugares são núcleos de valor [...] que atingem realidade concreta quando nossa experiência com ele é total, isto é, mediante todos os sentidos, como também com a mente ativa e reflexiva”. Provavelmente ao referenciar as empresas como esse **lugar**, a autora não atribuiu o sentido da expressão **lugar** para Augé (2012) e Tuan (1997). Porém, em meio ao contexto a que faz referência, a expressão **lugar** pode ser compreendida na perspectiva desses autores.

Organizações podem ser entendidas como **lugares** de vínculos, de produção de sentido, de significado, como lugares antropológicos e de experiência. Lugares de vínculos nascem de espaços que possibilitam, motivam, estimulam a interação, lugares abertos à comunicação, pois comunicar-se é criar ambientes de vínculos (Baitello Jr., 2008). De acordo com Baitello Jr. (2008) somos predispostos a favorecer ambientes que nos possibilitam realizar vínculos, e são eles que

10 Na psicanálise, denomina-se transferência o processo pelo qual os desejos e as emoções inconscientes se atualizam em certos objetos num tipo de relação vivida no passado. Segundo Freitas (2006, p.88) trata-se de um “conceito universal que designa a projeção e reprodução que um indivíduo faz em um objeto atual, de uma atitude ou um afeto vivido numa relação antiga, importante, duradoura”. É uma reedição de algo ocorrido antes e que pode se manifestar de diversas formas, como do amor ao ódio, da simpatia à hostilidade, e em diferentes objetos, como é o caso do trabalho, da atividade profissional, da organização onde se atua.

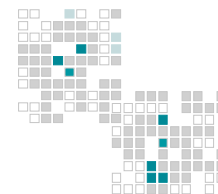
nos permitem sobreviver apesar das carências e fragilidades. Isso porque somos seres de incompletudes e dependentes desde o nascimento, e nossa sobrevivência depende dos vínculos que realizamos ao longo da vida.

Carregamos uma necessidade primordial de vinculação, “somos vocacionados para a interação com outros que preencham nossas faltas e necessidades, porque somos corpo” (Baitello, 2008, p.99), e por sermos corpo temos alcance espacial claro, duração presumível e ao mesmo tempo infinita, pelo menos em nosso desejo. É a nossa finitude que nos faz buscar no outro a “união de durações finitas” (Baitello, 2008, p.100) que permite a construção de histórias infinitas que nos levam para além de nossas fronteiras.

#### 4. Organizações e comunicação: o sentimento topofílico

Na busca por compreender essa relação experiencial, experienciada e/ou vivida nos espaços organizacionais nos deparamos com a topofilia. Para Tuan (2012, p.136) “a topofilia não é a emoção humana mais forte. Quando é irresistível, podemos estar certos de que o lugar ou o meio ambiente é o veículo de acontecimentos emocionalmente fortes ou é percebido como um símbolo”. Ao fundamentar e exemplificar em suas obras a topofilia, o sentimento topofílico do homem em relação ao meio ambiente que o cerca e com a qual interage, Tuan nos oferece inúmeras brechas para ‘olharmos e percebermos’ as organizações e as possibilidades da comunicação em torná-las efetivamente em um **lugar**. A topofilia, como bem define o título de uma de suas obras, é o estudo da percepção, das atitudes e valores do meio ambiente.

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. Se as realidades humanas, por mais comple-





xas e mutantes que sejam, são (re)construídas pelos sujeitos, como ressalta Vizer (2006, 2011), podemos pensar as organizações também como uma dessas realidades, uma estrutura social, econômica, política, comunicacional essencialmente realizada e constituída por homens e mulheres. A produção dos sentidos e da própria vida social nesse **lugar** antropológico e de experiência passa pelos sentidos de realidade que ali são (re)tecidos e que se fundamentam nas crenças, ritos, mitos, no simbólico e imaginário, e também nos processos comunicativos e comunicantes, nas relações de poder, de disputa, de cooperação e coabitação.

Essa compreensão sugere a possibilidade de (re) dimensionarmos a comunicação organizacional na perspectiva da organização percebida, da organização experienciada e da organização vivida e que considera as [inter]relações que são (re)estabelecidas, (re) construídas, (re)tecidas, (re)significadas no cotidiano organizacional. São dimensões interdependentes, mas que necessitam ser compreendidas para (re)pensar a comunicação organizacional. A nossa percepção das organizações pode desfazer-se [ou não] quando a experienciamos e/a vivenciamos no dia a dia. Os sentimentos em relação à organização, na maior parte das vezes, manifestam-se quando assumimos o lugar [entre/não-lugar] nesse espaço, que “[...] é, sem dúvida, mais que um ponto de vista ou um sentimento complexo e fugaz” (Tuan, 2012, p.76).

Organizações e sociedade vivem em constante processo recursivo, produzindo-se uma a partir da outra e sendo cenário dos mesmos processos e práticas. A importância que a comunicação assume na construção dos sentidos na sociedade se reflete, igualmente, nos ambientes organizacionais, sobretudo porque é pelos processos comunicacionais que as organizações se auto-eco-organizam. Se é possível afirmar, como o faz Vizer (2006, 2011), que sem a comunicação não poderíamos construir nem reconstruir sujeitos, as instituições, a cultura e a natureza, da mesma forma,

a realidade organizacional, também social, não poderia constituir-se na ausência de comunicação. Ela é, portanto, constituinte do universo de realidades e de sentidos organizacionais.

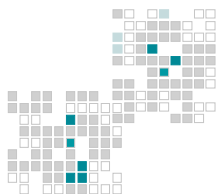
## 5. Considerações provisórias

A partir da Teoria Social da Comunicação, de Vizer (2005, 2006, 2011), compreendemos que a organização é um contexto social compartilhado, uma realidade co-construída por meio da comunicação. Este é um dos principais nós da trama que (re) tecemos sobre nossa compreensão acerca da comunicação, concebê-la como lugar essencial da criação dos sentidos.

No contexto da topofilia, por sua vez, compreendemos a comunicação como a trama invisível de sentidos que faz o elo entre sujeitos e o espaço organizacional, transformando-o (ou não) em lugar. Maffesoli (2006), para quem a comunicação está implícita na socialidade, afirma que ela é uma forma de “reencarnação” do velho simbolismo através do qual percebemos que só podemos existir **em relação**, ou seja, na relação com os Outros.

Estamos ligados uns aos outros pela comunicação, enquanto laço, vínculo, de uma complexa trama (in)visível. Ou seja, é por meio da comunicação organizacional que os vínculos são constituídos, o que nos leva a acreditar que há uma estreita relação entre a comunicação e os processos de identificação e pertença (re)tecidos cotidianamente no espaço organizacional.

Ao buscarmos na topofilia, no pensamento topofílico, aportes teóricos para (re) pensar e (re)dimensionar a comunicação organizacional na contemporaneidade, estamos cientes da necessidade da interlocução com outros saberes. Esperamos que as nossas reflexões possam contribuir significativamente para auxiliar na [para a] compreensão das relações que se estabelecem, se definem nos espaços organizacionais (re) significados pelos sujeitos a partir das suas percepções, atitudes e valores permeadas/atravesadas pela [por] comunicação.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUGÉ, Marc. *Não-lugares*. Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, São Paulo: Papirus, 2012.
- AUGÉ, Marc. *Por uma antropologia da mobilidade*. Maceió: Editora Unesp/UFAL, 2010.
- BHAAABBA, Homi K. *O Local da Cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (Org). *O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade*. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2008, p. 31-50.
- BAITELLO, JR. Jr, Norval. Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos. In: Rodrigues, David. (Org.). *Os valores e as atividades corporais*. São Paulo: Summus, 2008, p. 95-112.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Tradução Plínio Dentzien, Rio de Janeiro, Zahar, 2001.
- BOHM, D. *Diálogo: comunicação e redes de convivência*. São Paulo: Palas Athena, 2005.
- CHANLAT, J. F. Por uma antropologia da condição humana nas Organizações. In: Törres, Ofélia de L. S. (Org.). *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*, 3ª ed. São Paulo, Atlas, 2010.
- CASTROVIOVANNI. *O lugar da Geografia no entre-lugar do espaço turístico: uma viagem complexa*. IX Colóquio Internacional de Geocrítica. Los problemas del Mundo Actual. Soluciones y Alternativas desde la Geografía y las Ciencias Sociales. Porto Alegre, 28 de mayo - 1 de junio de 2007. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/9porto/castroge.htm>>. Acesso em: 2 mar. 2015.
- CURVELLO, J. Autopoiese e comunicação nos sistemas organizacionais. Brasília: Casa das Musas. In Dravet, F.; CASTRO, G.; CURVELLO, J. (Org). *Os saberes da comunicação: dos fundamentos aos processos*. Brasília: Casa das Musas, 2007, p. 85-107.
- Da Silva, Anielson Barbosa; Rabelo, Luiza M. Bessa. A emergência do pensamento complexo nas organizações. *Revista de Administração Pública*, v. 37, n. 4, 2003, p. 777-796.
- FREITAS, M. E. *Cultura Organizacional: identidade, sedução e carisma?* Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- FREITAS, M. E. *Cultura organizacional: evolução e crítica*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- KRAMER, Gustavo Garcez; FARIA, José Henrique de. *Vínculos organizacionais*. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n1/06.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2014.
- MAFESSOLI, M. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis: RJ: Vozes, 2006.
- MARANDOLA JR, Eduardo. Prefácio. In: Tuan, Yi-Fu. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. Tradução de Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2013.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Para entender a comunicação*. São Paulo: Paulus Editora, 2008.
- MATURANA, Humberto. *Cognição, ciência e vida cotidiana*. Belo Horizonte: Ed., UFMG, 2001.
- MORIN, Edgar. *O Método II: a vida da vida*. 3ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- MORIN, Edgar. *Educação e complexidade: os sete saberes e outros ensaios*, 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2007.
- MUMBY, Dennis. Reflexões críticas sobre comunicação e humanização nas organizações. In: KUNSCH, Margarida. *A comunicação como fator de humanização das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.
- RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. Trad. Maria Cícilia França. São Paulo: Editora Ática, 1993.
- RIVIÈRE, Pichon- Enrique. *Teoria do vínculo*. São Paulo: Martins Fonte, 1998.
- SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo*. 3ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- SANTOS, Milton. *Metamorfose do espaço habitado*. 6ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008b.
- SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. *Contra tendências paradigmáticas da comunicação organizacional contemporânea no Brasil*. Revista diálogos, Revista de La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFASC, 2012. Disponível em: <[http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/10/85\\_REvista\\_Dialogos\\_Contra\\_tendencias\\_paradigmaticas\\_da\\_comunica%C3%A7%C3%A3o\\_organizacional\\_contempor%C3%A2nea\\_no\\_brasil.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/10/85_REvista_Dialogos_Contra_tendencias_paradigmaticas_da_comunica%C3%A7%C3%A3o_organizacional_contempor%C3%A2nea_no_brasil.pdf)>. Acesso em: 2 mar. 2015.
- TUAN, Yu-Tu. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. Tradução de Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2013.
- TUAN, Yu-Tu. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. Tradução de Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2012.
- SENETT, R. *Juntos: os rituais, os prazeres e a política de cooperação*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2012.
- VIZER, Eduardo Andrés. *A trama (in) visível da vida social: comunicação, sentido e realidade*. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- ZIMMERMANN, David E. *Os quatro vínculos: amor, ódio, conhecimento, reconhecimento na psicanálise e em nossas vidas*. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- WOOD Jr. Thomas. *Organizações espetaculares*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

Recebido: 04/04/2016

Aceito: 15/06/2016

