



O Imaginário, a Cultura e a Gestão nas Organizações - Vigilância e Controle: do Panóptico ao Binóculo¹

Mônica Aparecida de Castro²

Resumo

Este artigo aborda a relação da comunicação interna com o imaginário e com a cultura das organizações. Tem como objetivo discutir a influência da cultura brasileira no ambiente organizacional e nos estilos de gestão. Para isso, foi utilizada bibliografia sobre imaginário, comunicação e cultura organizacional. A partir de uma experiência verídica, ocorrida no final dos anos 60 em uma organização pública no interior do país, propõe-se discutir a construção de símbolos e imagens sobre o controle e a vigilância como método de gestão. Busca-se assim, uma reflexão sobre a necessidade de a comunicação interna desvendar e transformar o imaginário e a cultura das organizações para conquistar melhores ambientes de trabalho, mais diálogo e ética nas relações interpessoais e maior progresso das organizações.

Palavras-chave: Comunicação interna; símbolos; identidade; vigilância

Introdução

A cultura das organizações³ e a sua relação com a comunicação organizacional têm sido cada vez mais tema de pesquisas e de estudos com vistas a evoluir em práticas gerenciais e em melhoria de todos os processos de uma organização.

Nos estudos da comunicação organizacional, a cultura das empresas é um tema muito presente e vários autores citam a importância da comunicação no papel de construir, reforçar e transformar a cultura de uma organização.

A necessidade de se adequar a uma nova realidade social, política e econômica tem exigido das organizações brasileiras investimentos e melhorias nos seus processos de gestão e no relacionamento com os seus diversos públicos. A importância dos públicos internos tem crescido neste novo cenário. Engajar os empregados com o negócio da empresa e fazê-lo sentir-se participante de todo o processo organizacional tem sido meta de muitas organizações. No entanto, muitas dificuldades impedem os

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² É mestranda em Processos de Comunicação Institucional e Mercadológica pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP, em São Bernardo do Campo, SP. É Relações públicas, pelo Centro Universitário Newton Paiva Ferreira, em Belo Horizonte, MG. Tem especialização em Comunicação Integrada, pela UNIBH, em Belo Horizonte, MG e em Planejamento e Gestão Ambiental pelo Unifem, em Sete Lagoas, MG.

³ Neste artigo foram utilizados os termos Organizações e Empresas como sinônimos.



resultados positivos, como: a baixa motivação para o trabalho, problemas no clima organizacional, alto índice de absenteísmo, baixa produtividade, problemas com assédio moral, entre outros.

Segundo Vasconcellos (1995), “[...] no momento em que envidamos enorme esforço coletivo para vencermos um quadro de apatia e subdesenvolvimento, é fundamental que pensemos os obstáculos que foram historicamente colocados ao desejo modernizante” (VASCONCELLOS, 1995, p. 220).

O autor explica melhor sobre os obstáculos que impedem o desenvolvimento das organizações:

[...] muitos obstáculos são construídos dentro da própria organização [...] outros tantos fazem parte da própria cultura nacional, estão presentes no ambiente como um todo. [...] Assim, modernizar as empresas e o Estado brasileiro implica reconhecer estes obstáculos e trabalhar neles (VASCONCELLOS, 1995, p. 221- 222).

Conhecer a cultura organizacional é conhecer também os fatores que dificultam o avanço das organizações e que trazem muitos danos para o relacionamento entre gestores e empregados.

Conhecendo-se os obstáculos é preciso adotar medidas para superá-los e a comunicação organizacional apresenta-se como importante protagonista neste trabalho.

O tema cultura organizacional vem sendo estudado com mais profundidade a partir dos anos 1970. Muitos autores apresentam conceitos de cultura organizacional. Freitas (2002) apresenta duas compreensões a respeito. A primeira é que a cultura organizacional é um instrumento de poder. A segunda é que a cultura organizacional é um:

Conjunto de representações imaginárias sociais que se constroem e reconstroem nas relações cotidianas dentro da organização e que se expressam em termos de valores, normas, significados e interpretações, visando um sentido de direção e unidade, tornando a organização fonte de identidade e de reconhecimento para seus membros (FREITAS, 2002, p. 97).

A cultura organizacional pode ser estudada de varias maneiras. Uma delas é por meio dos estudos da cultura nacional. Alguns autores relacionam certos “personagens” que foram marcantes na história das civilizações, com vários estilos gerenciais praticados até hoje em muitas organizações brasileiras.

Outra maneira é identificar quais imaginários estão relacionados com o dia-a-dia das organizações, ou seja, qual é o imaginário, relacionado à prática do trabalho,



que impera nesta organização. E qual a imagem do gerente ou do chefe que predomina na visão dos empregados.

Motta (1995) apresenta métodos para se conhecer o imaginário e a cultura de uma organização:

Existem muitas formas de penetrar ou resgatar a cultura de uma organização. A análise das histórias ou da história, a interpretação dos costumes, dos ritos, dos rituais, das cerimônias, dos valores, dos mitos são alguns dos caminhos. [...] Um caminho especialmente interessante é o estudo das culturas organizacionais a partir de traços das culturas nacionais (MOTTA, 1995, p. 196).

Freitas (2002) também relaciona imaginário e cultura, afirmando que “[...] a cultura organizacional desenvolvida nas grandes empresas é o veículo de um imaginário que as legitima como a principal fonte fornecedora de identidade para os indivíduos que nela trabalham” (FREITAS, 2002, p. 11).

Dessa forma, compreende-se que o imaginário, que cada pessoa traz para o ambiente de trabalho, participa da formação da cultura da empresa, que por sua vez, alimenta (ou modifica) o imaginário. Assim, questões do imaginário e da cultura organizacional podem representar agentes de desenvolvimento ou de obstáculos para melhorias no desempenho geral das organizações e nas relações interpessoais.

A primeira ação para se conhecer o imaginário e a cultura de uma empresa é analisar em que espaço geográfico e cultural ela está inserida. Motta (1995) ensina que:

Para entender as organizações em países diferentes é necessário entender suas culturas nacionais, e entender as concepções de vida em sociedade que marcam essas culturas, bem como as formas de governo dos homens, igualmente enquanto concepções (MOTTA, 1995, p. 191).

A cultura nacional gerou alguns estilos de gestão nas organizações. Alguns deles podem ainda ser vistos, em proporções diferenciadas. O imaginário é elemento de construção das culturas nacionais e assim, conseqüentemente, das organizações. “O imaginário está diretamente relacionado à cultura. As culturas constroem o imaginário, assim como o imaginário também constrói as culturas”.⁴

É através da comunicação que o imaginário, formador da cultura organizacional, é distribuído, construído, modificado e novamente colocado em circulação no ambiente organizacional. Como esclarece Baldissera (2010):

⁴ CUNHA, Magali do Nascimento, **Aula de Comunicação e Construção do Imaginário**. Curso de Mestrado em Comunicação Social. Umesp. São Bernardo do Campo, 2001.

*Complexus*⁵ de diálogos e significação, permanentemente (re) tecidos pelos diferentes sujeitos – seus imaginários e suas subjetividades – as organizações são/ estão tensionadas ao entorno sociocultural, perturbando-o e sendo perturbadas por ele (BALDISSERA, 2010, p. 61).

As pessoas entram nas organizações sem conhecer o imaginário que prevalece e os demais componentes que formam a cultura local. A comunicação é agente modificador desta situação de desconhecimento.

O imaginário do trabalho nas organizações

Para compreender como um empregado se relaciona com o seu trabalho é preciso conhecer as possíveis imagens relacionadas com a palavra trabalho.

No dicionário da língua portuguesa, a palavra trabalho é um substantivo masculino que significa: “1. Ato de trabalhar 2. Qualquer ocupação manual ou intelectual. 3. Esmero, cuidado que se emprega na feitura de uma obra. 4. Obra feita ou que se faz ou está para se fazer. 5. Labutação, lida” (DICIONÁRIO..., 2012).

É comum relacionar o trabalho com sofrimento, dor, labuta, luta. Segundo Baldissera (2010), “além do trabalho ser um castigo divino expresso na sentença ‘ganharás o pão com o suor do teu próprio trabalho’, o sofrimento vinculado ao trabalho representa uma forma de purificação, de reconciliação com Deus, de redenção” (BALDISSERA, 2010, p. 65).

Compreende-se melhor esta relação do trabalho com a dor quando se procura a origem da palavra. Segundo Albornoz (1986):

A palavra trabalho se origina do latim *tripalium*, [...] *Tripalium* era um instrumento feito de três paus aguçados, algumas vezes ainda munidos de pontas de ferro [...] *tripalium* apenas como instrumento de tortura [...]. A *tripalium* se liga o verbo do latim vulgar, que significa justamente torturar (ALBORNOZ, 1986, p. 10 apud BATISTTI; BAVARESCO, 2010).

⁵ *Complexus* significa “o que é tecido em conjunto” (MORIN, 2001, p. 20 apud BALDISSERA, 2010, p. 61)

As figuras 1 e 2, apresentadas abaixo, denotam expressões do *tripalium*.



Figura 1. 475 x 494 – <http://4.bp.blogspot.com/ /tripalium.jpg>
Fonte: Imagens de tripalium (2013)



Figura 2. 250 x 250 -//www.clickgratis.com.br/ /tripalium.jpg
Fonte: Imagens de tripalium (2013)

É possível que muito do sentimento ou da maneira que cada pessoa “vê” o seu trabalho, ou que muitos dos problemas relacionados às pessoas dentro das organizações estejam sustentados nesse imaginário coletivo do trabalho, construído e transformado por muitos e muitos anos.

Do trabalhador das fábricas exigia-se somente a compreensão da sua tarefa. Não havia informação sobre todo o processo da empresa, nem sobre a importância de cada tarefa e a sua relação com as demais. Com o passar do tempo, algumas destas questões vão se transformando e hoje, sabe-se da importância de cada trabalhador compreender a relação do seu trabalho com a de outros trabalhadores da mesma empresa. Investe-se em tornar claro o negócio da empresa para todos que ali trabalham.



Atualmente, algumas empresas adotam programas modernos de gestão, desenvolvem pesquisas de satisfação com os empregados e procuram melhorar a comunicação interna. Este novo cenário no mundo corporativo sinaliza mudanças efetivas no imaginário relacionado ao trabalho e na cultura das organizações.

O imaginário e a cultura das organizações

Para Freitas (2002) “a cultura organizacional é o principal meio de construção, suporte e veiculação do imaginário desenvolvido pelas empresas” (FREITAS, 2002, p. 12).

Tanto o imaginário como a cultura é mutável. O imaginário de uma pessoa interfere no imaginário coletivo, que por sua vez reconstrói o imaginário da pessoa. E isso ocorre na sociedade e nas organizações, pois estas refletem o meio em que estão inseridas e também o constroem.

Alguns autores esclarecem mais esta relação. Mafessoli, 2001, ressalta que cada pessoa pode interpretar o imaginário coletivo da sua maneira, mas, normalmente, o imaginário é muito pouco individual. Ele é algo comunitário e partilhado (MAFESSOLI 2001^a: 80 apud RAHDE, 2008, p. 103).

Castoriadis (1981) também esclarece esta relação do coletivo com o individual:

Somos todos, em primeiro lugar, fragmentos ambulantes da instituição de nossa sociedade – fragmentos complementares, suas “partes totais”, como diria um matemático. A instituição produz indivíduos conforme suas normas, e estes indivíduos, dada sua construção, não apenas são capazes de, mas obrigados a, reproduzir a instituição (CASTORIADIS, 1981, p. 230).

A cultura e a identidade das organizações estão imbricadas na cultura e na identidade dos indivíduos que ali trabalham. Estão também totalmente relacionadas com a cultura e com a identidade do espaço geográfico em que estão inseridas.

Sob a luz dos conhecimentos compartilhados por outros estudiosos da cultura organizacional, compreende-se que a cultura de uma organização pode ser expressa por meio de vários elementos como: os artefatos visíveis (a arquitetura da estrutura física, o modelo de disposição de móveis, o desenho do organograma, o uso constante de siglas, o vestuário utilizado), os valores que governam o comportamento das pessoas e a maneira como as pessoas pensam, sentem e percebem o seu local de trabalho.



O estudo da cultura organizacional pode ser feito a partir da adoção de muitos métodos, como os elementos acima citados, mas também dentro de uma perspectiva histórica. Conhecer a memória organizacional, seja por meio de documentos ou de relatos dos empregados, é um dos instrumentos de estudo da cultura da organização.

Maricato (2006) esclarece mais sobre a importância de se conhecer as pessoas que trabalharam em determinada organização e a história que envolve a relação entre elas no ambiente de trabalho:

Se uma empresa é feita por pessoas, uma quantidade enorme de vivências, fracassos e sucessos, tentativa e erros, recuos e inovações, coragem e determinação, permeia a história conjunta dos pioneiros e dos seus seguidores. (...) Só o autoconhecimento promoverá o entendimento de suas origens e a sinalização dos caminhos para o futuro, mas principalmente, irá pontuar sua responsabilidade e registrar seu legado para a comunidade (DAMANTE, 2004, p. 28 apud MARICATO, 2006, p. 126).

Pode-se considerar que os profissionais de comunicação precisam se envolver diretamente com o processo de estudo e conhecimento da cultura organizacional, e cada vez mais, envidar esforços para a melhoria do relacionamento entre as pessoas que ali trabalham e entre a organização e todos os outros segmentos de público com os quais se relaciona. Bueno (2013) ensina que “a comunicação empresarial funciona como um espelho, que reflete culturas e tendências” (BUENO, 2013, p. 1).

Maricato (2006) fala da importância da comunicação organizacional se envolver no processo de conhecer o passado para fortalecer ou mudar o futuro das organizações:

Surge o desafio para a comunicação empresarial de, além do resgate e da manutenção da história vivida – o que chamamos de memória – liderar o pensamento do presente, como construção do futuro. Ou seja, quando estamos tratando das ações cotidianas e estratégicas do hoje, estamos construindo o que queremos ver o futuro, em concreto (MARICATO, 2006, p. 129).

Cultura nacional, imaginário e estilos de gestão

Os estilos de gestão nas organizações, seja do presidente ao supervisor ou encarregado, são formados tanto pela cultura organizacional quanto pela cultura nacional. Alguns autores se dedicaram ao tema e produziram algumas reflexões sobre a gerência e a autoridade nas empresas brasileiras.

Estes estudos elencam alguns estilos de gestão, que foram construídos com base em imagens, personagens e mitos da história brasileira.

Como afirma Motta (1995), “bastante diversa é a situação da cultura brasileira. O fantasma do corpo escravo no discurso do brasileiro é algo muito forte e não pode de nenhuma forma ser um simples efeito do passado escravocrata” (MOTTA, 1995, p. 191- 192).

Machado (2008) pesquisou muitos modelos gerenciais. A autora comenta que:

Esse modelo patriarcal sustenta hierarquias do tipo piramidal, de disciplina rígida, geradora de docilidade e sujeição. Foi esse modelo, concebido segundo o molde familiar, que chegou ao sistema empresarial brasileiro. Do pai-patrão esperam-se práticas como concessão de moradia, assistência médico-hospitalar, empréstimos, auxílios, gratificações (MACHADO, 2008, p.46-47).

Por meio dos estudos da autora, pode-se considerar que talvez um dos estilos gerenciais mais comentados ou percebidos seja o estilo do coronel. A autora esclarece que:

Um segundo tipo de “gerente” brasileiro, muito presente na literatura, é o coronel. Ele apareceu quando as antigas províncias brasileiras se tornaram estados. Dominou a Primeira República ou República Velha. Naqueles anos, predominava a política dos governadores, baseada em acordos entre o governo federal e os estados, troca de favores e apoios recíprocos. O governo federal se sustentava nos arranjos com os estaduais e esses com os municipais. Nesse contexto, surgiu o coronelismo: o coronel era o chefe político local do município, da vila ou do distrito. Normalmente era um fazendeiro, frequentemente exportador. Como proprietário de grandes terras, seus agregados e dependentes formavam as milícias locais (MACHADO, 2008, p. 47).

Dentro desse modelo, as relações entre os gestores e seus empregados são normalmente baseadas em autoritarismo, favoritismo, vigilância e punição. Para Bueno (2012), há empresas que não permitem o pensamento divergente e consideram que o “funcionário não foi contratado para dar opinião, mas para seguir as ordens do chefe” (BUENO, 2012). O autor complementa ainda que:

As empresas continuam, em sua maioria, praticando a tese "de quem pode manda e quem tem juízo obedece", sufocando a liberdade de expressão, punindo aqueles que ousam expressar suas divergências e literalmente expulsando dos seus quadros centenas de jovens talentosos que não se curvam à truculência de chefias incompetentes (BUENO, 2012).



Todas estas posturas apresentadas lembram a imagem do coronel, que segundo Machado (2008):

Ele está vivo na gerência paternalista e autoritária, atuando comum obstáculo cultural ao desenvolvimento das organizações brasileiras. Existe ainda no país a figura do coronel empresarial no centro de cartéis e oligopólios, convivendo lado a lado a ilhas de perfeita racionalidade. Seu autoritarismo, favoritismos, ausência de critérios ultrapassam a política e chegam às relações de trabalho (MACHADO, 2008, p.47-48).

Vasconcellos (1995) também complementa que “o imaginário do coronel continua presente no curral eleitoral, no voto de cabresto, na corrupção eleitoral, no clientelismo, no nepotismo, na apropriação do Estado por famílias importantes” (VASCONCELLOS, 1995, p. 227).

Este imaginário ainda está presente nas organizações e tem impactos importantes nas relações pessoais e de trabalho. Ele pode também contribuir com a formação da identidade profissional de cada trabalhador.

Gestão: vigilância, controle e punição - o panoptismo

Ainda dentro dos estudos que tratam do imaginário relacionado ao gestor nas organizações, o autor Julio Pinto (2008) traz a reflexão que:

Num ambiente como o das organizações, que vem sendo dominado cada vez mais pela ideia de gestão – e gestão talvez seja só outro nome mais açucarado para panóptico e para vigilância -, existe a ilusão de que se possui a forma de bem conduzir as coisas, de maneira que as coisas atinjam seus objetivos (PINTO, 2008, p. 86).

Panóptico (Figura 3) foi o nome dado a um centro penitenciário, desenhado pelo filósofo e jurista inglês Jeremy Bentham no Século XVIII.

Há evidências de que o Panóptico foi muito utilizado em manicômios e em presídios, mas sua utilização chegou às fábricas, na revolução industrial.

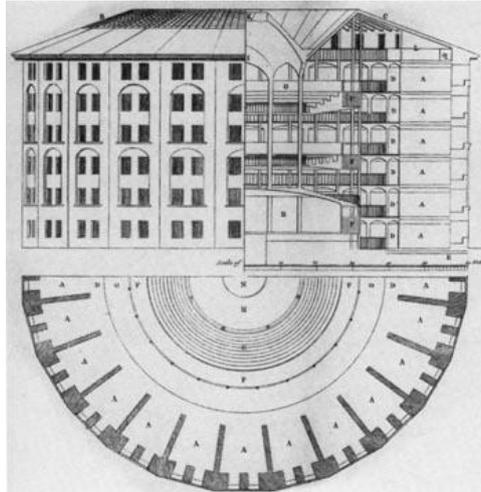


Figura 3: Panóptico, por Jeremy Bentham (350 × 360 pixels, tam 32 kB, tipo MIME: image/jpeg)
Fonte: Panóptico (2013)

O filme “Tempos Modernos” (Figura 4) de Charles Chaplin mostra uma espécie de Panóptico utilizado pelo presidente, que controla a velocidade da linha de montagem e a atuação dos operários na fábrica. No filme, Chaplin ironiza o controle excessivo no ambiente de trabalho, mostrando a cena em que é repreendido pelo presidente quando está no banheiro, em um intervalo de trabalho.



Figura 4: Cena do Filme Tempos Modernos de Charles Chaplin.
Fonte: Charles Chaplin (2013)

Foucault (1987), na obra *Vigiar e Punir* traz informações esclarecedoras sobre o uso do Panóptico:

O Panóptico pode até constituir-se em aparelho de controle sobre seus próprios mecanismos. Em sua torre de controle, o diretor pode espionar todos os empregados que tem a seu serviço: enfermeiros, médicos, contramestres, professores, guardas; poderá julgá-los continuamente, modificar seu comportamento, impor-lhes métodos que considerar melhores; e ele mesmo, por sua vez, poderá ser facilmente observado (FOUCAULT, 1987, p. 169).

O autor esclarece ainda os tipos de controle e vigilância promovidos com o uso do Panóptico:

Na oficina, na escola, no exército funciona como repressora toda uma micropenalidade do tempo (atrasos, ausências, interrupções das tarefas), da atividade (desatenção, negligência, falta de zelo), da maneira de ser (grosseria, desobediência), dos discursos (tagarelice, insolência), do corpo (atitudes ‘incorretas’, gestos não conformes, sujeira), da sexualidade (imodéstia, indecência). Ao mesmo tempo é utilizada, a título de punição, toda uma série de processos sutis, que vão do castigo físico leve a privações ligeiras e a pequenas humilhações (FOUCAULT, 1987, p. 149).

Importante é saber os efeitos deste sistema de vigilância. Sobre isso, Foucault (1987) declara que:

Daí o efeito mais importante do Panóptico: induzir no detento um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder. Fazer com que a vigilância seja permanente em seus efeitos, mesmo se é descontínua em sua ação; [...] enfim, que os detentos se encontrem presos numa situação de poder de que eles mesmos são os portadores (FOUCAULT, 1987, p. 166).

Pode-se afirmar que a cultura da vigilância e do controle persiste nas organizações até os dias atuais. Talvez o Panóptico esteja invisível, nos corredores, nas salas, nos auditórios e dentro de cada gestor ou empregado. Freitas (2002) declara que:

Foi dito que a nova estrutura organizacional exerce um controle mais sutil. O que antes era visível e claro nas relações verticalizadas de autoridade dá lugar a uma ênfase nos grupos, equipes e comitês formados por membros do mesmo nível, ou seja, mais horizontais. A aspereza da autoridade hierárquica se dilui na suavidade do controle que cada um toma para si (FREITAS, 2002, p. 76).



Do Panóptico ao binóculo – o caso verídico do Dr. Kirsti⁶:

Dr. Kirsti era diretor de uma conceituada empresa pública, por volta dos anos 60, situada em uma grande fazenda no interior do país. Ele comandava cerca de 400 empregados, que diariamente desenvolviam funções bem diferenciadas. Alguns realizavam tarefas braçais como capina, limpeza, trato de animais e transporte de cargas.

Dr. Kirsti era famoso pela sua firmeza, rigidez, dedicação ao trabalho e pela curiosa e divulgada “mania” de controlar e vigiar os empregados com o uso de um binóculo. Da sua sala, no segundo andar do prédio principal da empresa, através de grandes janelas de vidro, Dr. Kirsti passava horas olhando através do binóculo alguns campos de trabalho que estivessem visíveis às suas lentes.

Ao perceber qualquer “irregularidade”, o diretor acionava sua secretária que, de forma urgentíssima, convocava o empregado para uma visita à sala da diretoria.

As reclamações do diretor eram sobre problemas diversos: a demora do empregado no intervalo do lanche, o uso inadequado de algum equipamento ou até mesmo o uso de bebida alcoólica durante o período do trabalho.

Os empregados já estavam acostumados com a atitude do chefe e procuravam se comportar de forma “adequada” para evitar as visitas urgentíssimas à sala do diretor.

Com o passar dos anos, Dr. Kirsti e muitos dos empregados se aposentaram, mas outros que trabalhavam naquela época ainda permanecem na mesma empresa, que ganhou novo nome, nova missão e outro sistema de gestão.

Alguns ainda contam casos diversos do diretor e só hoje puderam perceber uma questão: o binóculo do Dr. Kirsti não conseguia visualizar todas as áreas da fazenda. Então, como ele ficava sabendo de algumas coisas que aconteciam? Se ele não podia ver com o próprio binóculo, como ficava sabendo do ocorrido?

Alguns empregados hoje compreendem que os supervisores da época, com um estilo coronelista de gestão, delatavam os colegas para o diretor e tinham no binóculo um aliado para evitar maiores problemas.

O binóculo do Dr. Kirsti está em exposição no memorial da organização. Os empregados comentam o caso e até acham graça no ocorrido. O fato é que o imaginário dessa vigilância constante, somada à desconfiança do supervisor ou do colega quanto à

⁶ Foi utilizado um nome fictício com o objetivo de aproveitar a experiência vivida, sem expor o personagem real da história.



conduta de delatar, ainda fazem parte da cultura dessa organização, gerando alguns problemas gerenciais e de relacionamento entre os empregados.

Considerações finais

Grande importância têm os estudos organizacionais que se aprofundam na comunicação, na cultura e no imaginário principalmente aqueles que almejam melhorias nos relacionamentos entre as pessoas.

As organizações já compreenderam que é preciso transformar e reconstruir um novo imaginário e uma nova cultura e que sem a participação e o envolvimento dos empregados, não faz sentido investimento algum.

A cultura de vigiar, controlar e punir só permanecerá se os atores envolvidos não estiverem dispostos para o novo. Os Panópticos e os binóculos precisam ser reconstruídos no imaginário coletivo, idealizados para outros fins.

Ao assumir as mudanças nos processos comunicacionais, as organizações precisam enfrentar o desafio do diálogo para que todos possam ser agentes transformadores da cultura e da sociedade.

Referências bibliográficas

BALDISSERA, Rudimar. Organizações como *complexus* de diálogos, subjetividades e significação. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. p. 61-76.

BATISTTI, Roselaine Bencke; BAVARESCO, Angela Maria. Estudo bibliográfico sobre aspectos geradores de estresse que afetam o ser humano no ambiente de trabalho. **Unoesc & Ciência - ACHS**, Joaçaba, v. 1, n. 2, p. 139-148, jul./dez. 2010.

BUENO, Wilson da Costa. **A comunicação como espelho das culturas empresariais**.

Disponível em:

<http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/822>. Acesso em: 19 fev. 2013.

_____. **Comunicação empresarial: transparência ou maquiagem?** 2012. Disponível em: <<http://interfacecomunicacao.com.br/blog/sem-categoria/comunicacao-empresarial-transparencia-ou-maquiagem>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

CASTORIADIS, Cornelius. **As encruzilhadas do labirinto II: os domínios do homem**. Tradução: José Oscar de Almeida Marques. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. (Coleção Rumos da Cultura Moderna, v. 54).

CHARLES Chaplin. 1 fotografia, p&b. Cena do filme “Tempos Modernos”. Disponível em: <http://org2.wikispaces.com/file/view/taylor_3.jpg/148441539/taylor_3.jpg>. Acesso em: 18 fev. 2013.



CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação interna e cultura organizacional**. São Paulo: Scorecci, 2002.

DICIONÁRIO do Aurélio on line. Disponível em: <<http://74.86.137.64-static.reverse.softlayer.com>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

FOUCAULT, Michael. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel Ramallete. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

FREITAS, Maria Ester de. **Cultura organizacional**: identidade, sedução e carisma? 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

IMAGENS de tripalium. 2 fotografias, p&b. Disponível em: <<http://www.clickgratis.com.br/fotos-imagens/tripalium>>. Acesso em: 18 fev. 2013. (Figuras 1 e 2)

MACHADO, Marília Novais da Mata. Cultura e imaginário organizacionais: análise psicossociologia de algumas imagens típicas brasileiras. **Pesquisas e Práticas Psicossociais**, São João Del Rei, v. 3, n. 1, p. 44-50, ago. 2008.

MARICATO, Adriano. História e memória. In: MARCHIORI, Marlene. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006. p. 123-133.

MOTTA, Fernando C. Prestes. Cultura nacional e cultura organizacional. In: DAVEL, E. P. B.; VASCONCELLOS, J. G. M. de (Org.). **Recursos Humanos e subjetividade**. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 187-197.

PANÓPTICO. 1 fotografia, p&b. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/media/images/magazines/grid_9/5330ffb343b0_panopticon.jpg>. Acesso em: 18 fev. 2013.

PINTO, Julio. Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 81-89.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Comunicação e imaginário os contos do cinema contemporâneo: uma estética em transição. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 5, n. 12, p. 97-112, mar. 2008.

VASCONCELLOS, João Gualberto Moreira. O coronelismo nas organizações: a gênese da gerência autoritária brasileira. In: DAVEL, E. P. B.; VASCONCELLOS, J. G. M. de (Org.). **Recursos humanos e subjetividade**. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 220-231.