

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E VIOLÊNCIA CULTURAL: O IMPACTO DO DISCURSO DE LÍDERES EMPRESARIAIS PARA A SOCIEDADE NO CONTEXTO DA PANDEMIA

Mariana Carareto¹

Raquel Cabral²

Roseane Andrelo³

Resumo

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre o papel dos discursos do contexto organizacional, em especial de líderes empresariais, na construção da violência cultural na sociedade, diante de um cenário de crise pandêmica. O estudo pensa como o discurso desses líderes influencia a legitimação da violência. Para isso, apresenta-se uma discussão teórica relacionando os estudos para a paz e a perspectiva relacional da comunicação no contexto das organizações, articulada a um estudo exploratório do pronunciamento do líder da empresa Madero. As reflexões mostram o poder de influência das organizações como elemento constitutivo da violência cultural, por isso a importância de um processo educativo que estimule condutas sensíveis para as relações sociais.

Palavras-chave

Violência Cultural; Comunicação Organizacional; Discurso de líderes; Covid-19; Cultura de Paz.

Abstract

This article aims to reflect on the role of organizational context discourses, especially business leaders, in the construction of cultural violence in society, in the face of a pandemic crisis scenario. The study thinks about how the speech of these leaders influences the legitimation of violence. For this, we presented a theoretical discussion based on the relationship between studies for peace and the relational perspective of

¹ Doutora em Comunicação (Unesp), Relações Públicas (Unesp) e especialista em Gestão Estratégia em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (USP). Professora de Relações Públicas na Universidade Federal de Goiás (UFG). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2964354401293626>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6657-4010>. E-mail: marianacarareto@ufg.br.

² Doutora em Comunicação (Universitat Jaume I), Mestre em Estudos Internacionais em Paz, Conflitos e Desenvolvimento Social (Universitat Jaume I), Relações Públicas (Unesp). Professora de Relações Públicas e de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Estadual Paulista (Unesp). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8685025568220791>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0545-498X>. E-mail: raquel.cabral@unesp.br.

³ Doutora em Educação Escolar (Unesp), Mestre em Comunicação (Unesp) e Jornalista (Unesp). Professora de Relações Públicas e de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Estadual Paulista (Unesp). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3501886345972906>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4390-4037>. E-mail: roseane.andrelo@unesp.br.

communication in the organizational context. From that, we realize an exploratory study about the pronouncement of the leader of Madero company. The reflections show the organizations' power of influence as a constitutive element of cultural violence, therefore, the importance of an educational process that stimulates sensitive behaviors for social relations.

Keywords

Cultural Violence; Organizational Communication; Leaders speech; Covid-19; Culture of Peace.

Introdução

Compreende-se que hábitos, valores e costumes são práticas culturais repassadas aos indivíduos ao longo de sua história e da história civilizatória. Tais práticas, muitas vezes, reforçaram aspectos agressivos e segregadores que resultam na violência cultural da sociedade. A comunicação, em suas diversas nuances, é vista como um fenômeno que associa e constrói esses aspectos, por isso refletir sua no pensamento e no comportamento dos indivíduos é importante para compreender como são induzidos os padrões socialmente aceitáveis ou não.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo refletir sobre o papel dos discursos do contexto organizacional, em especial de líderes empresariais, na construção da violência cultural na sociedade. Como recorte, escolheu-se o contexto marcado pela pandemia de Covid-19, no qual verificou-se consequências diversas no mundo, inclusive com o acirramento da desigualdade econômica e social. Nesse período, no contexto organizacional, visualizou-se o posicionamento público de muitos empresários salientando os impactos econômicos diante das medidas adotadas para minimizar os efeitos da pandemia.

Considerando o poder das organizações e o papel que líderes empresariais, por meio de suas ações e discursos, exercem na sociedade, foi realizado um estudo de caráter exploratório a partir de dois caminhos: uma pesquisa bibliográfica e a análise do discurso feito pelo proprietário do restaurante Madero. A escolha justifica-se pela ampla repercussão na mídia e, portanto, por corroborar com construções simbólicas sobre os efeitos da Covid-19. Para isso, o artigo inter-relaciona autores e perspectivas teóricas a respeito do conceito de violência, dos estudos para a paz e da comunicação organizacional, sobretudo com a perspectiva relacional, buscando proporcionar uma leitura do contexto para pensar a desconstrução da violência cultural ao olhar para o posicionamento de um líder com poder de influência diante de uma grave crise social.

A comunicação para a paz na desconstrução da violência cultural

O contexto global atual é permeado por uma série de problemáticas que refletem nas relações estabelecidas entre os indivíduos e geram conflitos ideológicos, sociais e

culturais. Nesse cenário, percebe-se que, devido à forma como a sociedade foi estruturada, um dos principais resultados desses conflitos é a violência (GALTUNG, 2007), entendida como um instrumento de poder e dominação para a conquista de objetivos individuais que impacta na forma como os indivíduos pensam, agem e se relacionam, caracterizando seu comportamento e as construções simbólicas sobre o que é e como deve ocorrer a dinâmica na sociedade.

A violência possui diferentes características, níveis e consequências que influenciam os indivíduos, sendo uma prática cultural manifestada na sociedade em diversos contextos históricos e geográficos, os quais a institucionalizaram legitimando “estruturas profundamente violentas e comportamentos individualistas, narcisistas e sem solidariedade, pouco sensíveis à dor dos outros e às necessidades dos outros” (FISAS, 1998, p.01, tradução nossa⁴).

Pensando em um significado por imagens, é possível associá-la à agressão, ao uso da força, à imposição, porém, ao estar imbricada nas estruturas sociais, ela vai além dessas características. Fisas (1998) acredita que a sociedade está envolvida pela cultura da violência e o principal símbolo disso é a guerra, um meio de conquista institucionalizado pelo Estado, e um meio responsável por disseminar significados, políticas e comportamentos que representam a construção de uma estrutura social. Assim, a guerra molda e foi moldada por práticas que significam poder e dominação, força e controle na sociedade, como: o patriarcado e o misticismo da masculinidade, os interesses das grandes potências e a manutenção de estruturas que perpetuam a injustiça e a falta de oportunidades e participação (FISAS, 1998).

Se existe uma cultura da violência, essas práticas são fatores que interferem nas relações e caracterizam a ação dos indivíduos, sendo resumidas pela vontade de dominação e poder. Isso significa que, historicamente, a sociedade se desenvolveu orientada por um sistema que definiu os papéis dos indivíduos baseados na dominação e imposição, refletindo na forma como eles se organizaram, naquilo que acreditam e nas atitudes, comportamentos e hábitos que possuem. Esse sistema é patriarcal, ou seja, suas normas exigem ao homem exercer o controle em todos os níveis, até ao que se refere ao corpo e atitude das mulheres e os comportamentos e padrões aceitáveis, sendo que o “instrumento essencial tem sido o uso da violência ou a ameaça de usá-la” (FISAS, 1998, p.03, tradução nossa⁵).

Evidencia-se, portanto, um dos principais fatores que influencia a legitimação da violência por explicar muitos dos preconceitos e comportamentos adotados pelos indivíduos que atingem agressivamente aqueles que não são enquadrados nos padrões definidos pelo sistema patriarcal. Mas, para Galtung (2003), a violência se manifesta a partir de três tipologias - a violência direta, a violência estrutural e a violência cultural -

⁴ “[...] estructuras profundamente violentas y comportamientos individualistas, narcisistas e insolidarios, poco sensibles al dolor ajeno y a las necesidades de los demás” (FISAS, 1998, p.01).

⁵ “[...] instrumento esencial ha sido el uso de la violencia o la amenaza de usarla.” (FISAS, 1998, p.03).

as quais representam ações que impedem o acesso às necessidades básicas aos indivíduos, que agridem a vida e que forçam padrões para serem seguidos.

Nesse sentido, a manifestação dessas violências inclui fatores culturais que geram consequências diretas e estruturais, privando os indivíduos de suas necessidades, as quais, para Galtung (2003), são:

- Necessidade de sobrevivência: sua negação tem como consequência a ação da violência direta caracterizada pela morte e a ação da violência estrutural na forma como os indivíduos se relacionam com a vida, com os seres vivos. Eles passam a aceitar as agressões que ocasionam a morte: a exploração da natureza, a guerra e a violência urbana.
- Necessidade de bem-estar: sua negação pode ser associada a ação violenta direta que gera a miséria e a violência estrutural. Se caracteriza pela vulnerabilidade que ocasiona sofrimento aos indivíduos por serem privados, por exemplo, do acesso básico à saúde, de comida e de moradia, tornando aceitável e normal conviver com a desigualdade social.
- Necessidade de representação: é uma necessidade relacionada à identidade dos indivíduos e à identidade coletiva. A ação da violência direta é a alienação dos indivíduos que não se identificam coletivamente, não há união e algo comum. Para Galtung (2003), a alienação representa o fim da socialização e a ação da violência estrutural causa a segmentação e separação.
- Necessidade de liberdade: ser livre, permitir ao indivíduo escolher são necessidades que sofrem repressão (violência direta) e ocasionam a marginalização, a fragmentação, a exclusão dos indivíduos que não se enquadram em vontades, padrões impostos (violência estrutural).

Para Galtung (2003), a negação de necessidades básicas constitui a estrutura violenta da sociedade caracterizada pela exploração, que ocorre quando existem estruturas identificadas como dominantes e estruturas identificadas como dominadas, aquelas que conseguem mais acesso às necessidades e as que possuem menos acesso, ocasionando consequências desiguais. Dessa forma, as imposições dos indivíduos dominantes para aqueles que são dominados conseguem segmentar, marginalizar e fragmentar indivíduos que não se enquadram nas características e condições aceitáveis. O resultado é a aceitação da existência de estruturas exploradas na sociedade, como algo natural e executado por meio de instrumentos de exploração e repressão.

Entende-se que o ato violento possui raízes que o justifica e o torna comum e, por isso, Galtung (2003) afirma que a violência cultural é legitimadora da direta e estrutural. Por isso, o autor afirma que a violência direta é o ato em um momento, a estrutural é um processo e a cultural é uma constante permanente, que se reflete em longos períodos devido à lenta transformação das características culturais.

Isso quer dizer que ao compreender a existência da violência direta, é possível visualizar uma agressão explícita (o agressor e a vítima), seja ela física ou verbal, por

isso ela é um acontecimento. Ao compreender a violência estrutural, a agressão ocorre devido ao sistema (social, político e econômico) em que os indivíduos estão envolvidos. Assim, o agressor é invisível, mas a vítima não, ela está envolvida em um sistema violento, um processo que causa sofrimento.

Já, ao compreender a existência da violência cultural, os aspectos agressivos são invisíveis, mascarados, ocorrem sem uma percepção clara dos indivíduos, pois é uma violência imbricada e resultante dos produtos culturais (linguagem, discurso social), está em aspectos de nossa cultura e fatores simbólicos como, por exemplo, as ideologias, artes, meios de comunicação, religião e ciência (GALTUNG, 2003). Essa violência é legitimadora da direta e da estrutural por justificar os atos agressivos, ela é caracterizada, por exemplo, pelos preconceitos e estereótipos que ocasionam a dominação do pensamento masculino diante do feminino, a não aceitação da diversidade de gênero ou étnica, a obrigação de seguir comportamentos socialmente aceitos, a intolerância religiosa etc.

Uma relevante questão é que a conjuntura da violência cultural é desfavorável ao desenvolvimento sustentável e às relações interpessoais devido aos comportamentos e padrões estabelecidos historicamente pelos sistemas social e econômico. Por isso, é preciso repensar práticas culturais e, dentre elas, repensar os aspectos que naturalizam determinadas estruturas ocasionando a violência. Estudar a violência é uma forma de olhar para duas questões: a forma como ela ocorre e é usada e a forma como isso é legitimado (GALTUNG, 2003) para ser possível propor alternativas em busca da transformação para uma realidade mais igualitária.

Essa é uma proposta dos Estudos para a Paz, que questionam além de uma violência direta, a “violência estrutural, resultante da desigualdade de poder e da injustiça social” e a violência cultural, “que se traduz no sistema de normas e comportamentos que legitimam socialmente as duas anteriores” (PUREZA, 2000, p.39). Essa perspectiva defende que compreendendo as estruturas de violência e como elas se desenvolvem é possível reconstruir as relações sociais, considerando que a melhoria das relações entre os indivíduos é um elemento essencial para a paz (GALTUNG, 2007).

Aqui, o significado de paz é a ausência de violência, por isso o contrário da violência cultural seria a cultura da paz, um conceito que considera todas as variáveis para pensar práticas culturais alternativas à violência (GALTUNG, 2003). A cultura de paz utiliza mecanismos para desconstruir os produtos culturais que são legitimadores ou instrumentos de naturalização da violência. Assim, ela representa um esforço de desconstrução social de comportamentos violentos com tentativas de transmitir experiências de afeto, respeito e envolvimento entre indivíduos para que eles compartilhem uns com os outros atos que desconstruam as violências (FISAS, 1998).

Diante disso, compreende-se que a cultura de paz exige um longo processo de mudança cultural para influenciar novas estruturas e dinâmicas da sociedade. Esse processo, para Pureza (2000, p.36), é resultado de uma dinâmica de transformação e

diálogo “na maneira como o senso comum aborda as relações sociais”. Portanto, são mudanças de práticas, de discursos que fortalecem a desigualdade de poder e ocasionam injustiça social. Assim, os estudos para a paz buscam novas formas de cultivar as relações humanas, compreendendo as estruturas de violência e atuando em busca de alternativas capazes de transformar as relações entre os indivíduos por meio da desconstrução da violência cultural. Para isso, defende-se a importância de dois fatores que estão diretamente relacionados: a educação e a comunicação.

A educação exerce um papel fundamental para reconstrução, pois, como afirma Herrero Rico (2012), a violência não é natural aos indivíduos, eles aprendem ao longo da vida e, por isso, é possível trabalhar e educar para novas perspectivas. Uma alternativa é apreender a coexistir, pois a coexistência “[...] significa aprender a viver coletivamente, aceitar a diversidade, e implica uma relação positiva com o outro”, sendo que “quando as relações são afirmativas e de igualdade melhoram a dignidade, a liberdade e a interdependência” (HERRERO RICO, 2012, p.44, tradução nossa⁶).

Para Herrero Rico (2012), a educação baseada na coexistência gera compreensão das diferenças entre os indivíduos. Assim, a diversidade, por exemplo, é respeitada tornando as relações mais pacíficas. Esse processo exige a reconstrução de como os indivíduos se comportam diante de questões como migrações, diferenças étnicas, diversidade de gênero e igualdade de gênero. A reconstrução está no conhecimento dos indivíduos, mas também nos contextos, nos diálogos, na realidade coletiva, pois esses elementos influenciam constantemente nos significados dados pelos indivíduos sobre e para as relações.

Nesse sentido, destaca-se o segundo elemento, a comunicação. Como afirma Freire (1988, p.69), “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados”. Assim, o que eles comunicam e o que é comunicado a eles está diretamente associado à forma como aprendem e compreendem as estruturas sociais. O contexto e o diálogo estão relacionados ao ambiente cultural dos indivíduos e são fundamentais para a construção de uma cultura de paz, pois é a forma como os preconceitos (e todas as violências) são construídos ou desconstruídos. Portanto, a comunicação se enquadra na discussão sobre a desconstrução da violência cultural por ser um instrumento que ajuda a legitimar produtos culturais.

Diante disso, no campo da comunicação é importante destacar a influência dos meios de comunicação no comportamento, conduta, atitudes e hábitos dos indivíduos. Para Fisas (1998), apesar dos valores que induzem a cultura da violência serem transmitidos pelos núcleos familiares, o maior poder de influência vem dos meios de comu-

⁶ “Coexistencia significa aprender a vivir juntos, aceptar la diversidad, e implica una relación positiva con el otro. [...] Cuando las relaciones son afirmativas y de igualdad mejoran la dignidad, la libertad y la interdependencia.” (HERRERO RICO, 2012, p.44).

nicação que induzem os indivíduos a condutas violentas naturalizadas em seus cotidianos, como por exemplo, a mística da masculinidade (força, dominação). De acordo com o autor, as crianças, que estão em processo de formação de seus valores e atitudes, assistem programas que reafirmam o poder, a dominação e a força masculina por meio de símbolos violentos como armas e lutas. Ao mesmo tempo que o papel da mulher na sociedade patriarcal é enaltecido, como: cuidar da casa, sexualizar, formas de se comportar, formas para se vestir, culto ao corpo etc.

Nesse sentido, entende-se que a ação dos meios de comunicação afasta os indivíduos de sua capacidade crítica (FISAS, 1998), o que possibilita a influência e aceitação de determinados comportamentos. Por outro lado, esses meios deveriam e poderiam contribuir para a desconstrução de significados culturais violentos sobre os padrões e papéis dos indivíduos na sociedade, ou seja, desconstruir os preconceitos e os estereótipos (FISAS, 1998).

Os padrões estabelecidos historicamente para definir os indivíduos e o que eles representam na sociedade, como o preconceito e a discriminação racial ou de gênero, precisam ser reconfigurados para orientar novas práticas culturais que gerem mais respeito e tolerância. Para Dolores López (2008, p.34, tradução nossa⁷), a linguagem é capaz de aproximar ou afastar os indivíduos, ela tem o poder destrutivo e construtivo, pois “vai além da mera representação e transmissão de ideias”, ela representa e desenvolve os valores que circulam e movimentam a sociedade e transmite ideologias, o que “servem para estabelecer e moldar nossas relações sociais”.

Por isso, é preciso refletir sobre o poder ideológico, social, econômico, político do discurso e entender que ele é capaz de estimular a consciência crítica e eliminar termos e pensamentos “negativos, injustos, inadequados, às vezes racistas, que criam ressentimento e distanciam as pessoas. E, conseqüentemente, não convidam a aproximação, a convivência, os pontos de encontro, a construção de pontes e o diálogo intercultural” (DOLORES LÓPEZ, 2008, p.34, tradução nossa⁸). De acordo com Dolores López (2008, p.49, tradução nossa⁹), a escolha de palavras que aproximem os indivíduos, ao invés de distanciá-los, “é um exercício de responsabilidade ética e moral, que pode fazer a diferença entre o entendimento e a solidariedade e a rejeição e a distância”, pois elas possuem o poder de unir e construir as relações.

⁷ “El lenguaje va más allá de la mera representación y transmisión de ideas [...] transmite ideología y valores ideológicos que sirven para establecer y dar forma a nuestras relaciones sociales.” (DOLORES LÓPEZ, 2008, p.34).

⁸ “[...] desechar usos negativos, injustos, impropios, en ocasiones racistas, que crean resentimientos y distancian a las personas. y, en consecuencia, no invitan al acercamiento, a la convivencia, a los puntos de encuentro, a construir puentes y al diálogo intercultural.” (DOLORES LÓPEZ, 2008, p.34).

⁹ “[...] elegir las palabras adecuadas, palabras que acerquen y no distancien, es un ejercicio de responsabilidad ética y moral, que puede marcar la diferencia entre el entendimiento y la solidaridad y el rechazo y la distancia.” (DOLORES LÓPEZ, 2008, p.49).

Assim, as mais variadas formas de comunicação e, principalmente, aquelas associadas aos meios de comunicação devem ser inseridas em processos que orientem novos discursos, pois ao serem carregados de uma linguagem que discrimina, afasta, estereotipa, segrega e estimula preconceitos, eles estão violentando indivíduos e influenciando relações violentas. A comunicação organizacional, materializada nos discursos das organizações, demonstra caminhos para pensar em alternativas de novos discursos diante do poder organizacional na sociedade.

Repensar a comunicação organizacional para desconstruir a violência cultural

Partindo dos apontamentos sobre a influência dos processos comunicativos na conduta dos indivíduos, entende-se que da mesma forma que a comunicação legitima a violência cultural, ela pode desconstruí-la. Diante disso, defende-se a importância de repensar a comunicação organizacional devido ao poder que as organizações, sobretudo as corporações dos diversos ramos e setores, exercem na vida dos indivíduos, nos seus valores, comportamentos e hábitos.

De acordo com Henriques (2017), o poder organizacional pode ser reconhecido simplesmente pela centralidade ocupada pelas organizações no cotidiano dos indivíduos, porém, muito além disso, verifica-se que elas representam práticas que exercem influência em diversos aspectos, pois “suas decisões e modos de ação incidem direta ou indiretamente, todo o tempo, sobre nós, em nossa individualidade, e também sobre nossas coletividades. (HENRIQUES, 2017, p. 02). Há uma influência visível do ponto de vista econômico e político, porém o poder não se limita a esses fatores e se manifesta nas relações e, conseqüentemente, nos processos comunicativos (HENRIQUES, 2017). Como afirma Sartor (2018, p. 140),

Trata-se de um poder que se manifesta tanto no plano material quanto no plano simbólico, por meio de práticas (inclusive, discursivas) que tentam conformar questões relativas à produção econômica, à organização do mundo do trabalho, aos padrões de consumo, aos valores sociais, à opinião pública, às políticas públicas, entre outras dimensões relevantes da economia, da cultura e da política.

Dessa forma, é fundamental refletir sobre o poder discursivo das organizações, pois entende-se que, no processo interacional com a sociedade, ele pode estimular os pensamentos e comportamentos que dividem e segregam os indivíduos por padrões, gerando a violência cultural. Ao mesmo tempo, esse poder discursivo pode contribuir para estimular a desconstrução de condutas violentas culturalmente enraizadas nas relações sociais.

Para essa compreensão, acredita-se ser possível olhar para as estratégias de comunicação organizacional a partir de uma perspectiva relacional, que considera a comunicação um processo de construção conjunta entre interlocutores, que ocorre nas trocas discursivas realizadas em determinados contextos (LIMA, 2008). Nessa perspectiva, a comunicação e seus aspectos discursivos são olhados a partir de três dimensões inter-relacionadas: a contextual (situação sociocultural influencia os discursos e relações); a simbólica (a construção de sentidos ocorre no processo interacional diante dos contextos individuais e compartilhados) e a interacional (sujeitos sociais afetam um ao outro no processo de interação por meio da linguagem) (LIMA, 2008).

Essas dimensões transformam as organizações em “sujeitos sociais enunciadores ou leitores de discursos cuja ação no mundo institui um contexto específico de interações que enquadra, ainda, enunciações e leituras de outros sujeitos sociais” (LIMA, 2008, p.114). Nesse sentido, as organizações, enquanto sujeitos enunciativos com poder de influência, utilizam diversas estratégias de comunicação para interagir com os indivíduos objetivando construir os sentidos de seus interesses. Assim, “[...] sabe-se que suas ações interferem diretamente na constituição cultural da sociedade, da esfera pública e de questões de ordem coletiva (LIMA; OLIVEIRA, 2014, p.91).

Diante disso, a principal reflexão a ser feita é sobre o teor da linguagem verbal e não verbal que formam os discursos do contexto organizacional. Entende-se que, muitas vezes, as estratégias de comunicação são carregadas de símbolos e estereótipos, os quais, unidos ao ambiente sociocultural dos indivíduos na sociedade, perpetuam e reforçam os preconceitos e padrões existentes nas relações sociais. Isso porque as “intervenções simbólicas (materializadas em discurso) expressam um conjunto de normas e valores correntes em nossa sociedade”, por isso o discurso organizacional é a “expressão da cultura contemporânea e também elementos que a atualizam” (LIMA; OLIVEIRA, 2014, p.90). Estratégias de comunicação, portanto, se desenvolvem a partir de ideias e percepções que circulam socialmente.

A publicidade, sendo uma estratégia de comunicação organizacional, é um exemplo de discurso organizacional carregado de valores e ideias sociais que ocasionam a produção de sentido, por isso “os anúncios das organizações fazem mais do que apenas publicizar ações, produtos e serviços. Como materializações discursivas, têm potência para influenciar na configuração da cultura, naturalizando e (re)afirmando modos de ser e estar no mundo” (BALDISSERA; STOCKER, 2015, p.146), criando significados sobre os contextos que os sujeitos estão envolvidos e influenciando suas opiniões e comportamentos.

Para Nos Aldás (2010), a publicidade possui um enfoque persuasivo que convence os indivíduos sobre as ideias disseminadas, os quais as entendem como uma realidade única. Por isso, para a autora é possível pensar na publicidade como um instrumento para a educação, desenvolvendo um discurso que expresse temas “que o levem à tomada de posições conscientes, frente às ideias e propostas planejadas” (NOS

ALDÁS, 2010, p.114). Ao invés de estimular estereótipos e preconceitos, a publicidade poderia sensibilizar os indivíduos sobre suas condutas, no sentido de comunicar para aproximar as problemáticas da sociedade de forma que eles apreendam valores para transformar essas violências (NOS ALDÁS, 2010).

Outro exemplo é a comunicação de líderes empresariais, que são grandes influenciadores diante do papel e representação que assumem para trabalhadores e públicos em geral como porta-vozes das organizações. Como afirmam Carramenha, Cappellano e Mansi (2013, p.69):

Ninguém é mais influente do que o líder. Ele é a fonte preferida de informação dos empregados, ele é quem dá o 'tom' das mensagens, diminuindo as sombras e os medos que possam existir. Ele controla o fluxo de informação, cria (ou não) diálogo e é o centro da mudança, da qualidade, da eficiência e da inovação.

Pesquisa realizada pela Edelman (2021) reforça a crescente confiança depositada nos líderes empresariais em cargos de gestão (como CEOs ou presidentes) e a responsabilidade deles ao liderarem movimentos sobre questões da sociedade por indicar que trabalhadores ouvem e acreditam em seus empregadores, buscam suas opiniões, querem saber seus posicionamentos. É preciso considerar que quando líderes empresariais se envolvem em questões de interesse da sociedade assumindo posicionamentos e atitudes delas, eles estão influenciando comportamentos, opiniões e percepções daqueles que confiam e se sentem representados por essas lideranças.

Dessa forma, as organizações, enquanto atores sociais com poder para influenciar a sociedade, devem e podem disseminar novos discursos para colaborar com a reconstrução das relações sociais. Um caminho é desenvolver estratégias comunicacionais que considerem uma perspectiva das práticas sociais, observando os sujeitos envolvidos e identificando oportunidades construtivas para guiar as interações das organizações com a sociedade. Compreendendo a comunicação por uma perspectiva relacional, percebe-se que essas estratégias constroem sentidos na sociedade, ao mesmo tempo que a sociedade, a partir de sua realidade cultural, insere novos sentidos para as organizações. Esse é um ciclo que possibilita repensar valores sociais perpetuados nos discursos organizacionais para estimular a desconstrução de comportamentos culturalmente violentos. Por outro lado, também é preciso considerar que essas estratégias podem estimular a legitimação da violência quando os interesses organizacionais e individuais são sobrepostos aos interesses e necessidades coletivas.

O discurso do líder da Madero em cenário pandêmico

No final de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de uma nova cepa de coronavírus, até então não identificada

em seres humanos, na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Em janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de coronavírus, que rapidamente foi propagado pelo mundo e, em março, foi considerado como pandemia pela OMS¹⁰.

No Brasil, o primeiro caso foi identificado em fevereiro de 2020 e até o início de outubro de 2022, havia o registro de 34,7 milhões de brasileiros infectados e 686.706 óbitos¹¹. Neste período de dois anos, entre as medidas adotadas para tentar conter a pandemia no país, alguns Estados adotaram a obrigatoriedade do uso de máscaras, o isolamento de pessoas infectadas e o chamado *lockdown*, quando serviços e comércios considerados não essenciais não puderam funcionar ou precisaram atender o público com restrições.

Algumas medidas aconteceram de forma diferenciada nos Estados, dependendo não apenas das condições de saúde da população (número de infectados, leitos hospitalares disponíveis etc), mas de posicionamentos políticos dos governadores, uma vez que houve diversos problemas na gestão da saúde pública pelo governo federal. Entre os problemas, a demora na compra de vacinas, as contradições entre gestões do Ministério da Saúde e a presidência da República e o próprio descrédito do presidente em relação à pandemia.

Nesse contexto, acirrou-se a polarização da sociedade brasileira, sobretudo entre os contrários e favoráveis às medidas preventivas. Entre os que contribuíram para que o tema do *lockdown* tivesse ressonância, estavam alguns empresários, como Junior Durski, das hamburguerias Madero e Jeronimo, os quais criticavam o fechamento do comércio afirmando que os problemas causados para a economia seriam mais graves e que as pessoas deveriam ter medo de perder o emprego e não de ficarem doentes¹².

A partir das reflexões teóricas construídas neste trabalho e com a perspectiva de um estudo de caráter exploratório, realizamos uma síntese da análise de pronunciamentos do proprietário do restaurante Madero feitos em dois momentos (23/03/2020¹³ e 24/03/2020¹⁴), com o intuito de refletir sobre papel dos discursos do contexto organizacional, em especial de líderes empresariais, na construção da violência cultural na sociedade, diante de um cenário de crise pandêmica. Para as reflexões, foram utilizados dois eixos teóricos de análise: a violência cultural, observando em que medida os pronunciamentos baseiam-se na negação de necessidade básicas que constituem a

¹⁰ Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em 07 out. 2022.

¹¹ Disponível em: <<https://covid.saude.gov.br/>>. Acesso em 07 out. 2022.

¹² Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/24/empresarios-coronavirus-o-que-dizem-criticas.htm>>. Acesso em 07 out. 2022.

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-FtEpyFZT-/?utm_source=ig_embed&ig_rid=ace99654-5c77-420a-8ed8-8d314e7cd956>. Acesso em 06 out. 2022.

¹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-HwSaclbb9/?utm_source=ig_embed&ig_rid=2eb8e9fd-09f4-41c4-bee7-2cbdda1e6f2f>. Acesso em 06 out. 2022.

estrutura violenta da sociedade (GALTUNG, 2003), e a comunicação organizacional, observando manifestações de poder no discurso ao abordar dimensões relativa à ordem econômica da sociedade (SARTOR, 2018).

Considerando esses dois eixos, o primeiro momento de análise refere-se ao posicionamento do empresário no dia 23 de março de 2020, logo no início do Covid-19 no Brasil. O proprietário da rede de restaurantes postou um vídeo no Instagram criticando medidas adotadas por governadores e prefeitos para tentar conter o avanço da pandemia, entre elas, o fechamento parcial do comércio. No vídeo, com duração de 4'27", no qual aparece em plano médio (enquadramento da cintura para cima), sentado em uma cadeira, possivelmente dentro de um escritório, ele se posicionou "totalmente contrário a esse lockdown que nós estamos tendo no Brasil".

Os argumentos apresentados giraram em torno da economia e traziam a previsão de um cenário pior do que o visto na pandemia:

O Brasil não pode parar dessa maneira, o Brasil não aguenta, tem que ter trabalho, as pessoas têm que produzir, têm que trabalhar. O Brasil não tem essa condição de ficar parado assim. As consequências que nós vamos ter economicamente no futuro são muito maiores do que as pessoas que vão morrer agora com o coronavírus.

O empresário antevia 40 milhões de desempregados em 2021, devido ao *lockdown* e, ao fazer isso, minimizou a morte de milhares de pessoas: "Nós não podemos por conta de 5 mil pessoas, 7 mil pessoas que vão morrer, eu sei que é muito grave, eu sei que isso é um problema, mas muito mais grave é o que já acontece no Brasil", ao fazer referência a óbitos por assassinato, desnutrição e tuberculose.

O empresário enfatizou em sua mídia social uma previsão drástica que iria atingir a sobrevivência da população, de várias formas: com o *lockdown*, diminuiria postos de trabalho e, conseqüentemente, até 500 mil pessoas morreriam de fome, assassinadas devido ao aumento da violência, de "loucura", pois não teriam emprego, e de doenças, porque o governo não teria dinheiro para investir, inclusive em saneamento básico.

Júnior Durski não foi o único a se posicionar contra as medidas de prevenção à Covid-19, mas teve uma das falas com maior repercussão. Como consequência, "Os nomes de todos esses empresários e de suas respectivas empresas chegaram a figurar na lista dos assuntos mais comentados do país no Twitter. A maior parte dos usuários sugere um boicote aos estabelecimentos" (CORREIO BRAZILIENSE, 2020)¹⁵.

Frente à repercussão, no dia seguinte, o proprietário do Madero gravou e postou outro vídeo no Instagram, no qual tenta se desculpar. Ele começa dizendo que não quer ser mal interpretado e que se preocupa com "todas as pessoas que estão morrendo". Na

¹⁵ Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2020/03/24/interna-brasil,836326/coronavirus-empresarios-minimizam-pandemia-e-sao-criticados-internet.shtml>>. Acesso em 07 out. 2022.

legenda, adianta: “Por favor, me desculpem se fui mal interpretado!” Apesar disso, ele segue com argumentos na mesma linha, dizendo que não há coerência nas medidas e cita exemplos como o fechamento de feiras livres (e não de mercados) e a suspensão de serviços de saúde especializados em hospitais, que passaram a ser exclusivos ao atendimento da Covid-19.

Ao refletir sobre os pronunciamentos, verificam-se elementos que contribuem para a intensificação da cultura de violência no país, tais como comportamento individualista e pouco sensível à dor dos outros (FISAS, 1998). Isso fica claro quando o empresário minimiza as mortes ocorridas (e a ocorrer) frente aos problemas que as medidas protetivas causariam, segundo ele, ao setor produtivo.

Além disso, ao fazer previsões enfáticas de privação de necessidades básicas, como saúde, alimentação e segurança, levando à miséria, o discurso demonstra claramente sua violência cultural. Há uma ideia de imposição dos dominantes (entre eles e, principalmente, os que estão à frente de grandes empresas) para que os dominados aceitem determinadas estruturas de exploração: como a de trabalhadores, aceitarem, mesmo diante de todos os riscos para suas vidas, saírem de casa se expondo ao vírus, coagidos pelo medo de perderem seus trabalhos.

As questões econômicas tornam-se preponderantes e, como consequência, impactam as demais questões relevantes à sociedade. O próprio empresário alerta que a suspensão temporária no setor produtivo levaria ao aumento da violência. Tem-se aqui, um discurso pautado na violência cultural legitimando uma perspectiva de violência direta.

A fala do líder, embora voltada aos diversos segmentos de negócio, relaciona-se a uma perspectiva individual, ou seja, como empresário, busca apoiadores para sua causa, continuar as vendas mesmo em um período de casos crescentes de infectados e de mortos com a Covid-19 (naquele momento, as vacinas não estavam disponíveis). Segundo Galtung (2007), trata-se de um instrumento de poder e dominação para a conquista de objetivos individuais, impactando na forma como indivíduos e grupos dominados agem, pensam e se relacionam. Assim, as falas do empresário permitem entender o poder do discurso organizacional no plano simbólico, ao trazerem opiniões que articulam a produção econômica a questões sociais, buscando influenciar a opinião pública e buscar legitimidade para alterar políticas públicas (SARTOR, 2018).

Considerações finais

Este estudo olha para o contexto organizacional e sua relação com a sociedade devido ao poder de influência das organizações para os indivíduos, os quais se relacionam constantemente com elas, seja pelo trabalho, pela necessidade de acesso aos serviços públicos essenciais ou pelo consumo. Tais organizações, muitas vezes, ao se comunicarem com a sociedade, utilizam discursos carregados de padrões, gerando

representações que estimulam percepções sobre valores e comportamentos socialmente aceitáveis. Ao mesmo tempo que a comunicação aproxima pessoas, culturas e permite o acesso à informação, ela é capaz de disseminar ideias que estimulam preconceito, ódio e segregam os grupos sociais.

Esse entendimento é essencial para as organizações compreenderem as consequências e impactos de suas ações no mundo, percebendo que discursos podem construir sentidos sensibilizados em relação às questões estruturais que afetam as violências culturais da sociedade. Nesse sentido, olhar para as dimensões da violência cultural, do ponto de vista da comunicação organizacional é importante para repensar práticas discursivas que proporcionem transformação. Ainda que o presente estudo olhe especificamente para um discurso, é relevante que haja uma discussão ampla sobre o poder da comunicação das organizações. Defendemos ser essencial refletir sobre essas questões para discutir sobre uma comunicação para a existência da cultura de paz.

Isso significa acreditar que a comunicação possui um poder de influência capaz de construir e reconstruir condutas e valores determinantes para as relações na sociedade. Ao olhar problemáticas que geram conflitos ideológicos, sociais e culturais, ela estimula o pensamento dos indivíduos sobre o mundo, por isso, diante de estruturas violentas historicamente legitimadas, a comunicação pode reconstruir uma perspectiva mais solidária e sensível ao outro.

Evidentemente, desconstruir a violência cultural impregnada no pensamento, na conduta e no cotidiano dos indivíduos é um processo de longo prazo e que exige uma perspectiva educativa para todos os sujeitos sociais. No entanto, repensar manifestações comunicacionais do contexto organizacional, é um elemento potencializador para esse complexo processo de transformação, sobretudo quando olhamos para o papel de lideranças diante de situações sociais de extrema gravidade.

Referências

BALDISSERA, R.; STOCKER, P.. Comunicação organizacional e ethos discursivo: estratégia para falar de si nos anúncios dos bancos. In: MARQUE, A. C. S.; OLIVEIRA, I. de L. (org.). **Comunicação organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas**. Belo Horizonte: FAFICH-UFMG, 2015, p. 146-162.

CARRAMENHA, B.; CAPPELLANO, T.; MANSI, V.. **Comunicação com empregados: a comunicação interna sem fronteira**. Jundiaí, SP: In House, 2013.

DOLORES LÓPEZ, M. Tendiendo puentes o separándonos? El poder ideológico del lenguaje y su relevancia en el diálogo intercultural. **Congreso Internacional Dialogo Intercultural**, Murcia, España, 2008, p. 33-54.

EDELMAN. **Trust Barometer 2021**. Disponível em: <https://www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2021>. Acesso em: 06 out. 2022

FISAS, V. **Una cultura de paz. Cultura de paz y gestión de conflictos**, Icaria/UNESCO, Barcelona, 1998. Disponível em: http://escolapau.uab.cat/img/programas/cultura/una_cpaz.pdf. Acesso em: 20 jul. 2018.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?**. 10. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

GALTUNG, J. **Violencia cultural**. Gernika-Lumo: Gernika Gogoratz, 2003.

_____. Introduction: peace by peaceful conflict transformation – the TRANSCEND approach. In: WEBEL, C.; GALTUNG, J.. **Handbook of peace and conflict studies**. Nova Iorque: Routledge, 2007, p.14-32.

HENRIQUES, M. S. Comunicação e poder organizacional. **Boletim**, nº1.976, ano 43. Belo Horizonte, MG: UFMG, 2017.

HERRERO RICO, S.. Educando para la paz a través del reconocimiento de la diversidad. In: NOS ALDÁS, E.; FORERO, E. A. S.; SALINAS, A. I. A. **Migraciones y cultura de paz: educando y comunicando solidaridad**. Madrid: DYNKINSON, S.L., 2012.

LIMA, F. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, I. de L.; SOARES, A. T. N. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008. p. 109-127.

LIMA, F. P.; OLIVEIRA, I. de L. O discurso e a construção de sentido no contexto organizacional midiático. In: MARCHIORI, M. **Contexto organizacional midiático**. São Caetano do Sul, SP: Difusão; Rio de Janeiro: Senac Rio de Janeiro, 2014.

NOS ALDÁS, E. Repensar e reaprender a comunicação para uma cidadania cosmopolita. In: JALALI, V. R. R. **Estudos para a Paz**. Aracaju: Criação, 2010. p. 113-128.

PUREZA, J. M. **Estudos sobre a Paz e Cultura da Paz**. Intervenção proferida no âmbito do Colóquio “Prevenção de Conflitos e Cultura da Paz”, no 95/96, 2ª série, p. 33-42, Instituto da Defesa Nacional, Lisboa, Jul. 2000.

SARTOR, B. A. O poder corporativo na perspectiva da democracia e do interesse público. In: MANIERI, T.; MARQUES, Â. **Comunicação e poder organizacional: enfrentamentos discursivos, políticos e estratégicos**. Goiânia: Gráfica UFG, 2018. p. 138-152.