



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2022: IX SALÃO EDUFRGS
<b>Ano</b>	2022
<b>Local</b>	Campus Centro - UFRGS
<b>Título</b>	Comunicação organizacional sobre diversidades: sentidos propostos por confederações patronais
<b>Autor</b>	JEAN FELIPE ROSSATO

## **Comunicação organizacional sobre diversidades: sentidos propostos por confederações patronais**

Este resumo apresenta resultados de pesquisa de tese, que teve como objetivo compreender como concepções de diversidades são discursivamente mobilizadas, no âmbito da organização comunicada das confederações patronais brasileiras, e revelam (im)potencialidades à existência das diferenças nos contextos empresariais contemporâneos. Para isso, a Análise de Discurso (PÊCHEUX, 1997; ORLANDI, 2009) foi empregada como fundamento teórico-epistêmico e, ainda, como principal procedimento metodológico. Com essa orientação, os capítulos teóricos versaram sobre a historicidade do discurso das diversidades (SEMPRINI, 1999), as noções de identidade e diferença (HALL, 2000) e o entendimento de comunicação organizacional (BALDISSERA, 2009). A pesquisa empírica consistiu na análise de textos sobre diversidades, publicados nos sites de três confederações: Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária, Confederação Nacional da Indústria e Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Com a realização dos movimentos interpretativos, foi possível identificar que: a abordagem do tema se restringe a dar relevo aos impactos nos negócios, ocasionados por ações e pela legislação vigente, relativa à presença, nos ambientes organizacionais, de sujeitos pertencentes a grupos minorizados; a emergência das diversidades, como prática discursiva, na comunicação organizacional, assume caráter estratégico de autopromoção; conseqüentemente, a noção de diversidades assume lugar de valor periférico e/ou estratégico de mercado nessas organizações. Constatou-se, ainda, que, mais do que nomear determinadas identidades, o discurso organizacional prescreve existências possíveis (do ponto de vista da gestão) nos espaços laborais, através da construção discursiva de quadros de referência que demarcam atributos identitários a determinados grupos e orientam comportamentos desejados. Para produção dos efeitos de sentidos, evidenciou-se uma série de estratégias empregadas no discurso, tal como o uso de dados que superdimensionam iniciativas de inclusão realizadas por confederações. Ademais, a partir da constatação da formação discursiva de Mercado, demonstrou-se como enunciados produzidos por essas confederações se constituem em tensionamentos e lutas no discurso organizacional.

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional; Diversidades; Discurso Organizacional.