

OS (INTER)LUGARES ORGANIZACIONAIS

Bruno Garcia Vinhola¹

RESUMO

É comum ouvir que as organizações ocupam lugar central em nossas vidas, que o indivíduo deve procurar/entender qual é o seu lugar nas organizações, ou que as organizações são os lugares em que as pessoas se realizam. Contudo, de que lugares estamos falando? Lugares de vínculo, de significado, de experiência. É essa relação entre indivíduo, espaço e lugar que o presente artigo propõe discutir. O trabalho procura compreender as instâncias do lugar nas organizações, a partir da revisão das elaborações de alguns autores. Frente a complexidade interacional que se revela, se faz necessário o tensionamento acerca da suficiência dessas elaborações - que pensam as organizações como espaços e lugares de vínculos - para o contexto do ciberespaço, constituído por organizações em rede que têm a mediação digital como referência. Ao final, propõe-se um pensamento acerca do interlugar, instância que tem o potencial de carregar as inquietações acerca da construção de vínculos organizacionais no ciberespaço, para as quais os olhares dirigidos apenas às interações face a face parecem não dar mais conta.

PALAVRAS-CHAVE

Organizações. Comunicação Organizacional. Lugares. Ciberespaço. Interlugares.

1 INTRODUÇÃO

“As organizações ocupam um lugar central na vida humana contemporânea”. “Os indivíduos devem procurar/entender qual é o seu lugar na organização”. “A organização é o lugar em que nos realizamos, em que somos alguém”. Afirmações como essas são de uso corrente na academia, nos ambientes organizacionais, no senso comum. O que é compreensível em um mundo em que as lógicas organizacionais tornaram-se modelares. Contudo, que lugares são esses dos quais estamos falando?

Lugares de vínculo, de significado, de experiência. É sobre essa relação entre lugar e organização que abordaremos no presente artigo. Partindo de propostas oriundas de diversas disciplinas - como a topofilia (elo afetivo entre pessoa e lugar) de Tuan (2012), o lugar antropológico de Augé (1994), o entre-lugar da interculturalidade de Bhabha (1998), entre outras - alguns pesquisadores têm se dedicado a repensar as organizações como

¹ Doutorando em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: brunovinhola@hotmail.com.

espaços e lugares, a compreender vivências, sentidos e vínculos nelas e por elas produzidos e, conseqüentemente, a problematizar os processos de comunicação organizacionais.

Todavia, esses estudos acerca das realidades organizacionais como lugares de experiências e vínculos estão voltados à análise de processos interacionais face a face. O que nos faz questionar a suficiência de tais elaborações em um cenário composto por organizações constituídas como redes que têm na mediação digital seu processo interacional de referência.

Frente às singularidades do ciberespaço, propõe-se a problematização desses novos lugares de experiência e significado, caracterizados por outras lógicas interacionais e com o potencial de modificar os processos de construção de vínculo dos indivíduos nas organizações.

Dessarte, faz-se necessário elucidar a noção de vínculo adotada no presente trabalho, que apoia-se na compreensão de Baitello Jr. Para ele (1999, p.89), ter/criar um vínculo é “[...] ter ou criar um elo simbólico ou material, constituir um espaço (ou um território comum), a base primeira para a comunicação”. Nesse sentido, o autor defende que comunicar é, por essência, criar/manter ambientes de vinculação. Isso porque, na qualidade de seres incompletos e dependentes, nossa sobrevivência está ligada a essa predisposição à criação de vínculos: “[...] o corpo também gera, por sua simples presença no espaço, a disposição à troca e à vinculação com o outro e com o meio, pois somente assim conseguimos sanar nossas finitudes, carências e fragilidades” (BAITELLO JR; NAVARRETE, 2017).

Fundamentar-se nessa concepção de vínculo, que é de ordem do comunicacional, implica também salientar que entende-se a comunicação a partir de Baldissera (2008), como “processo de construção de disputa de sentidos”. Nessa compreensão, o autor assume os diferentes sujeitos interacionais como forças em relação e, conseqüentemente, em diálogo, disputando e (re)construindo os sentidos em circulação. A partir dessa conceituação, o autor apresenta a compreensão da comunicação organizacional como “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais” (BALDISSERA, 2008, p. 169).

Expressas as devidas compreensões adotadas como pressuposto teórico, indica-se que, como caminho para este estudo, é proposta uma revisão das elaborações relacionadas ao conceito de lugar empregadas nos estudos de comunicação organizacional, tensionada

pela análise crítica das singularidades inseridas em contextos organizacionais intensamente atravessados pela mediação digital.

2 ESPAÇOS E LUGARES ORGANIZACIONAIS

Pensar sobre lugares implica tratar, primeiramente, de espaços. Pois, ainda que admita-se uma diferença conceitual entre os conceitos, é inegável sua relação. Começemos, então, com o espaço. Fischer (1994) recorda que essa foi uma dimensão por muito tempo negligenciada nas ciências sociais. Para o autor, o conceito permaneceu em repouso até que a Psicologia Ambiental atentasse para o papel dos fatores espaciais na realidade social.

Fischer (1994, p.83) compreende que o espaço é um constructo social: “[...] estão inscritos e reproduzidos no espaço não somente funções materiais, mas também valores sociais. É por isso que os indivíduos lhe atribuem um sentido [...]”. Segundo ele, o espaço tem o potencial de estruturar as comunicações. Por isso é tão importante a investigação da experiência social vivida nas relações com os diferentes espaços.

Em sua tentativa de construção de uma antropologia das organizações, Chanlat (1993) procura reafirmar o papel do indivíduo, resgatando instâncias por muito tempo esquecidas dos estudos organizacionais, como a experiência e o simbólico. Nesse contexto, que considera o ser humano de forma complexa, o indivíduo é visto como um ser espaço-temporal². Todavia, segundo o autor, o tempo e o espaço de uns não é o mesmo de outros, pois as concepções de temporalidade e espacialidade dependem de contextos e experiências. E aqui começamos a diferenciar o espaço do lugar. Para Chanlat (1993), os chamados lugares de origem dos sujeitos estão integrados a espaços mais amplos: “Este enraizamento espacial pode ser mais ou menos forte, mas não se pode conceber um ser humano ou uma coletividade que não tenha nenhum tipo de vinculação espacial” (1993, p. 31). Segundo o autor, os espaços que ocupamos são objetos de diferentes investimentos, como forma de enraizamentos. Diante disso, a organização emerge em seu potencial de enraizamento, oferecendo diferentes possibilidades espaço-temporais.

² Contrário às perspectivas mecanicistas e simplistas, balizadas pela economização, Chanlat (1993) enxerga o ser humano não apenas como um ser espaço-temporal, mas também como um ser, ao mesmo tempo, genérico e singular, ativo e reflexivo, de palavra, de desejo e pulsão, simbólico, objeto e sujeito de sua ciência.

Voltemos a Fischer (1994) para falarmos em detalhe do que o autor chama de espaço pessoal. Primeiramente, esse espaço pessoal tem a ver com proteção. O que não o reduz à materialidade, pois a questão mais física está ligada à ideia de territorialidade que, para o autor, tem a ver com propriedade e dominação. O espaço pessoal é um sistema de defesa, que regula a intimidade. Enquanto o território tem a ver, obviamente, com fronteiras visíveis, o espaço pessoal define-se como uma aura que envolve o indivíduo, demarcado por fronteiras invisíveis e instáveis. O autor chama de apropriação esse complexo fenômeno da nossa interação com os ambientes. Algo que está entre as dimensões física e psicológica. De acordo com o Fischer (1994), nossa relação com os espaços nunca é neutra, e por isso o espaço que ele chama de pessoal é algo construído. Na processualidade dessa construção, o indivíduo estrutura valores e assim concebe seus espaços, personalizando-os e criando uma esfera privada: “um espaço para si num sistema que, por definição, o espaço, na maior parte do tempo, não lhe pertence” (FISCHER, 1994, p.96).

A apropriação do espaço pessoal nos leva a concepção de um espaço simbólico. Para Fischer (1994), o espaço organizacional é investido e carregado simbolicamente por códigos sociais. Representações, valores e crenças que correspondem não apenas à cultura organizacional dominante e conformadora, mas às subjetividades que a compõem.

Ainda que Fischer não explore o conceito de lugar, partimos da sua ideia de apropriação para seguirmos compreendendo a relação entre espaço e lugar. A apropriação do espaço pessoal se aproxima do que Augé (1994) define como lugar antropológico, o lugar do sentido inscrito e simbolizado. Para este autor, o espaço é algo mais abstrato que o lugar. Pois o lugar existe na interação. O sentido que emerge dessa interação transforma um espaço em um lugar, que aí sim pode ser definido como histórico, identitário e relacional. Tuan (2013) também reconhece a distinção entre espaço indiferenciado e lugar significado. Para ele, a ideia da experiência vivida e sentida faz com que os espaços se tornem lugares quando os dotamos de valor.

A relação espaço e lugar apontada pelos autores revela que são os lugares marcantes em nossas trajetórias que nos identificam. Verdadeiras pausas em nosso espaço de vida. Envolver-se com um espaço permite diferenciá-lo e qualificá-lo como um lugar, ou seja, pressupõe a criação de um ambiente de vinculação (BAITELLO JR, 1999).

Essa transformação de espaço em lugar em contextos organizacionais é conceituada por Scroferneker e Amorim (2016) como processo de lugarização. Segundo as autoras, o espaço organizacional precisa dar condições para o desenvolvimento de relações e valorização dos sujeitos. Um contrato de trabalho não significa a lugarização do indivíduo. É necessário que o mesmo desenvolva um sentimento de pertença, que se motive quanto à realização pessoal. Nesse sentido, as autoras defendem que a comunicação é imprescindível para que o indivíduo constitua a organização como um lugar, procurando sintonia entre seus valores e os que orientam a conduta organizacional. Estar lugarizado é, dessa forma, estar não apenas inserido, mas incluído e compreendido no contexto organizacional. Se tal processo não depende apenas do indivíduo, é preciso olhar também para o que é impulsionado pela organização.

De acordo com Chanlat (2010), toda organização cria seu próprio espaço para os indivíduos que nela trabalham. Para o autor, trata-se de um espaço que se transforma em “[...] um lugar da sobrevivência biológica, da existência psicológica e da sociabilidade, é um campo que estrutura as relações.” (CHANLAT, 2010, p.40). Voltando a Fischer (1994), podemos entender o espaço como espelho da organização. Segundo o autor, esse espaço “imposto” torna-se um sistema de atribuição de lugares, no sentido de fixação de posições bem definidas aos indivíduos, baseados na hierarquia estruturada pela organização. Fischer (2010) chama atenção para a dimensão controlada desse lugar atribuído. Um lugar permeado pela vigilância, delimitado nas relações de poder. Para o autor, a relação espaço-lugar orienta a comunicação, pois impõe canais formais que estruturaram a circulação. A organização está, dessa forma, sempre pronta para colocar o indivíduo em “seu espaço”, estruturado, racional e programado. O indivíduo, em sua trajetória, irá transformar esse espaço em lugar? Dependerá de cada experiência, de cada vinculação estabelecida, do que cada um atribui como valor.

3 OS NÃO LUGARES E OS ENTRE-LUGARES

Se a passagem por um espaço não deixa vínculos ou marcas, logo ele não será um lugar na vida das pessoas. Augé (1994, p.73) nos propõe a existência de não lugares: “Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se

definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não lugar”. Para o autor, os não lugares são produtos do que ele chama de supermodernidade. Na ambiência em que vivemos, esses lugares de ocupações provisórias multiplicam-se. Segundo Augé (1994), hotéis, acampamentos de refugiados, terrenos invadidos, todos são exemplos de possibilidades de não lugares. Mas por que tais não lugares seriam característicos desses tempos supermodernos? Augé (1994, p. 74) nos responde afirmando que vivemos em “[...] um mundo assim prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero”.

Tentemos aprofundar o entendimento sobre as relações que fazem de um espaço um não lugar. Para Augé (1994, p.87), o não lugar carrega duas realidades distintas que se complementam: “espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços”. De acordo com o autor, quando ambas as relações acontecem de maneira complementar, tem-se o chamado não lugar. Ou seja, se os indivíduos apenas mantêm com o espaço o vínculo para o qual ele foi constituído, cria-se uma relação que não gera marcas, pois diz respeito apenas às finalidades *stricto sensu*. “Enquanto os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não lugares criam tensão solitária” (AUGÉ, 1994, p.87).

Augé (1994) explica que, geralmente, o vínculo dos indivíduos com os não lugares é mantido por palavras e textos. A tensão solitária é caracterizada aí, pois os não lugares existem e definem-se nas palavras ou textos propostos por eles. O autor nos dá mais exemplos, como o supermercado, a autoestrada, o aeroporto. Em todos, há o contato com textos prescritivos, proibitivos, informativos. Essa é a comunicação do não lugar, a da funcionalidade cotidiana. Onde começamos a enxergar as organizações? “Assim, são instaladas as condições de circulação em espaços onde se supõe que os indivíduos só interajam com textos, sem outros enunciadores que não pessoas ‘morais’ ou instituições [...]” (AUGÉ, 1994, p.89). Nessa frase, o autor nos faz lembrar daquelas organizações que se limitam a uma comunicação transmissiva, mecanicista, estritamente funcional. Processos ferramentais, geralmente apenas de ida, em que os sujeitos interagem basicamente com manuais e mensagens institucionais. Obviamente, esses mesmos sujeitos estarão em interação com outras pessoas, e talvez criem marcas em suas vidas como frutos dessas relações. Nesse contexto, Augé (1994) explica que o não lugar nunca existe em forma pura,

pois outras relações podem se constituir nele: “O lugar e o não lugar são, antes, polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente” (AUGÉ, 1994, p.74).

Continuemos na tentativa de entender a possibilidade da organização tornar-se um não lugar. De acordo com Augé (1994), a comunicação dos não lugares individualiza e, conseqüentemente, fabrica o indivíduo. Enquanto os lugares criam as identidades de uns e outros, por meio da convivência, os não lugares assemelham todos indivíduos. A relação é puramente contratual. A identidade é controlada, a existência do contrato é constantemente lembrada, o indivíduo não é (e não pode ser) mais daquilo do que está “escrito”. Nesse momento, cada um de nós provavelmente recordará de algum tipo ou exemplo de organização, que legitima essas práticas e faz de seu espaço um não lugar. A partir de seus exemplos (aeroporto, autoestrada, supermercado), Augé (1994) explica essa perda de identidade quando o indivíduo passa por um não lugar: “O passageiro dos não lugares só reencontra sua identidade no controle da alfândega, no pedágio ou na caixa registradora. Esperando, obedece ao mesmo código que os outros, registra as mesmas mensagens, responde às mesmas solicitações” (AUGÉ, 1994, p.95). Agora, pensemos: em quantas organizações nós apenas “passamos”? Em quantos espaços de trabalho apenas (re)encontramos nossa identidade após o final do expediente? Refletindo a respeito, logo percebemos como as organizações têm essa potencialidade de tornarem-se esses não lugares de solidão e similitude, nas palavras de Augé.

Se falamos anteriormente em lugares como marcas em espaços de vida, Augé (1994) afirma que o não lugar não concede espaço à história, pois o indivíduo apenas “passa”. E, segundo o autor, embora haja a constante interpenetração entre lugares e não lugares na supermodernidade, “[...] os não lugares recebem indivíduos a cada dia mais numerosos” (AUGÉ, 1994, p.102).

Passamos à dimensão do entre-lugar, conceito cunhado por Bhabba (1998). A instância do entre-lugar trata de relações dicotômicas que recebem cada vez mais atenção nos estudos organizacionais: unidade/diversidade, local/global, homogeneidade/heterogeneidade. Para autores como Mattelart (2005), o processo tentativo de construção de uma modernidade unívoca, representada pelo termo globalização (que, para o autor, a partir de um grandioso projeto capitalista procura

construir um espaço homogêneo de valorização), esbarra na porosidade das relações entre o global e o local. Mattelart (2005) considera a globalização como um mito, que se fecha para os desvios e vínculos intersubjetivos dos atores sociais, das mediações e identidades de proximidade, das mestiçagens e cruzamentos. Em contrapartida, ele defende que pensar a relação entre o global e o local, entre o particular e o universal, permite-nos enxergar as verdadeiras figuras da modernidade, a partir das trocas, que tanto constroem novos vínculos como desfazem outros.

Nesse contexto, Bhabba (1998) propõe o termo entre-lugar. Um lugar do interstício, que também tem a ver com o provisório, mas que não remete apenas à passagem como o não lugar. O entre-lugar tem a ver com cultura. Não só com diversidade mas, principalmente, com diferença. Não é começo e nem fim, pois está nas fronteiras culturais, e por isso carrega significação, em contraponto ao não lugar. Enquanto o não lugar generaliza as identidades, o entre-lugar faz emergir novas identificações nesse jogo de diferenças. Um espaço deslizante, de sobreposições e deslocamentos, onde se quebram as chamadas “essências” ou identidades “fixas”. A expressão que resume o entre-lugar de Bhabba (1998) é o hibridismo cultural.

Bhabba (1998) aproxima-se de Mattelart (2005) ao sinalizar a ansiedade que nos atravessa no que diz respeito à tentativa de unir o global e o local. Para o autor, se existe uma verdadeira globalização, essa ocorre nos entre-lugares. O encontro do homogêneo com o heterogêneo permite uma comunicação que perturba a narrativa globalizadora (BHABBA, 1998). Para Mattelart (2005), passado o furor dos ideais da globalização, com as primeiras grandes manobras de livre mercado e megafusões que geraram redes transnacionais, se fez necessário pensar na administração da diversidade. Algo extremamente complexo, e que depende da articulação do global com o local.

O hibridismo dos entre-lugares também atravessa as culturas organizacionais. Para Mattelart (2005), as culturas das empresas nos dias atuais procuram se apropriar da ideia de mestiçagem administrativa. Exemplos são as transnacionais, que cruzam as características culturais dos locais onde se instalam com suas estruturas “apátridas” de gestão. O autor chama atenção para um duplo trabalho constante dessa mestiçagem administrativa, que é a descontextualização/recontextualização. Contudo, não precisamos pensar apenas em transnacionais para enxergarmos os entre-lugares organizacionais. Conforme Baldissera

(2014), diferentes culturas (das quais os sujeitos são oriundos) estão entrelaçadas na organização, o que provoca um (re)tecer contínuo, ainda que sob a forte influência conformadora e normatizadora da cultura “da organização”. Essa interação entre cultura dominante, a cultura que os sujeitos trazem e até mesmo a cultura do entorno (BALDISSERA, 2009), é transversal e produtora de entre-lugares em quaisquer tipos de organizações.

O entre-lugar é, para Bhabba (1998), um terceiro espaço. Contudo, chamamos atenção para um ponto. Não pretende-se aqui fazer uma relação sequencial entre lugar, entre-lugar e não lugar. Nesse sentido, o entre-lugar não é um terceiro espaço em relação ao lugar e ao não lugar. Para Bhabba (1998), o espaço do entre-lugar busca uma alternativa à divisão binária do global/local, da base/superestrutura, da unidade/diversidade. Por outro lado, o não lugar de Augé (1994) tem sim relação direta com o lugar, inclusive os dois são polaridades fugidias, de acordo com o autor. Com essa pequena reflexão, reforçamos que o texto não procura forçar uma relação entre conceitos que - a princípio - não foram criados para conversar. O objetivo é abrir nossos horizontes em relação à nossa compreensão de lugar nas organizações, examinando outras dimensões que tratam de espaço e lugar através de outras lentes, e que podem auxiliar na reflexão acerca dos processos de construção de vínculo. Portanto, lugares, entre-lugares e não lugares não são uma sequência da processualidade de construção de vínculo entre sujeitos e organizações. Ainda assim, as três dimensões podem coexistir, em uma mesma organização, o que torna ainda mais complexa a apreensão do fenômeno.

4 OS INTERLUGARES

Examinemos como as três dimensões supracitadas podem coexistir em uma mesma organização. Para isso, vejamos o exemplo do mercado da educação a distância no Brasil. Geralmente, tais organizações constituem-se a partir de uma sede, onde está concentrada a base administrativa e pedagógica. Os alunos, que frequentam o ambiente virtual de aprendizagem, são alocados em polos de apoio para cumprirem as exigências presenciais de ensino para a modalidade (matrículas, mínimo de aulas presenciais, avaliações...). Muitas vezes, esse polos não são filiais daquela sede administrativa. São, na verdade, empresas

parceiras que realizam uma atividade de apoio/representação/divulgação dos cursos, administrando os alunos de forma conjunta com a organização.

Nesse contexto, imaginemos hipoteticamente um indivíduo que trabalha em um desses polos de apoio presencial. Contratado pela empresa “parceira”, digamos que ele faça parte de um espaço mais humanizado, com valores bem estabelecidos e que potencializa uma sensação de pertencimento. No contexto da empresa parceira, o indivíduo está em um lugar, conforme definimos anteriormente, pois constroi vínculos que marcam positivamente sua trajetória. Em contrapartida, o mesmo indivíduo tem relação direta com a sede (a organização em que os alunos estudam oficialmente), mediando as relações entre alunos e instituição de ensino. Se essa interação (a distância ou em momentos de presença física como encontros, treinamentos ou confraternizações) for pautada por relações exclusivamente funcionais e produtivistas, a partir de uma comunicação que se limita ao transmissivo e ao ferramental, podemos considerar que ele pode - também - frequentar um não lugar, ainda que seja dentro da mesma rotina/atividade que desempenha. Fechando a questão, consideremos que esta organização tem parcerias por todo o país e que estes polos constantemente se comunicam, tanto com a sede quanto com os outros polos. Cruzam-se diferenças entre culturas regionais, formas de gestão, estratégias de publicidade e comercialização. Esse atravessamento entre diferentes polos e sede (e entre eles mesmos) fomenta a emergência de entre-lugares, interstícios fundamentais na constituição da organização.

Se já estamos frente a esse grau de complexidade na compreensão dos lugares organizacionais, um aspecto que perpassa o exemplo construído acima faz necessária uma reflexão sobre a suficiência dos três conceitos abordados para o contexto atual. Ocorre que as organizações que atuam no ensino a distância, obviamente, têm suas atividades principais ligadas ao ciberespaço. Organizações constituídas como redes fortemente baseadas na mediação digital, o que faz do ciberespaço referência para todas as relações que atravessam a organização (entre alunos, entre membros, entre alunos e membros, entre polos). Portanto, nos perguntamos: os conceitos de lugar, não lugar e entre-lugar são suficientes para pensarmos os vínculos que se constituem nas organizações que estão constituídas prioritariamente por redes de mediação digital, em que seus processos interacionais de referência se dão – principalmente - no ciberespaço?

Santos (1994) explica a aceleração contemporânea que vivemos. Nesse contexto, o ambiente natural é artificializado de maneira crescente e, inclusive, nossa primeira natureza passa a ser a artificial. Constantemente substitui-se a esfera natural por uma esfera técnica, denominada pelo autor de tecnosfera. Uma das palavras de ordem dessa tecnosfera é a fluidez do espaço, materializada – entre outros processos - na comunicação mediatizada. Segundo Santos (1994), ainda que hierárquica e irregular, a tecnosfera é mundial. Um espaço único, em que cada lugar, independente localização ou peculiaridades, revela o mundo. Para o autor, “[...] todos os lugares são suscetíveis de intercomunicação [...]” (SANTOS, 1994, p.43), pois ciência, tecnologia e informação são a base da nossa sociedade.

Seguindo a fluidez, Santaella (2007) trata dos espaços líquidos da mobilidade. A partir da irrupção do digital e do ciberespaço, a autora tensiona as configurações bem definidas características dos espaços tradicionais. Para ela, o ciberespaço, que é o espaço das redes, carrega a multidimensionalidade e a multitemporalidade, através de seus fluxos ininterruptos e infinitos de informação. Segundo Santaella (2007), o ciberespaço contempla lugares de virtualidades. Os indivíduos não têm lugar fixo, pois estão em inúmeros lugares ao mesmo tempo. A autora ressalta que, mesmo quando se acessa uma página ou dispositivo de cada vez, por trás desse lugar, “[...] convive uma infinidade labiríntica de outras superfícies cujo encontro está sempre sujeito ao inesperado” (SANTAELLA, 2007, p.180). De acordo com Santaella (2007), esse espaço de redes trouxe novas formas de mobilidade. Ela propõe o termo hipermobilidade para designar esse espaço líquido e deslizante, que acresceu mobilidade virtual à mobilidade física.

Santaella (2007) recorda que Castells (2005), ao pensar a sociedade em rede, foi pioneiro ao defender o ciberespaço como algo que não é separado do espaço físico/natural. Redes físicas e virtuais misturam-se em um espaço de fluxos (SANTAELLA, 2007). A sociedade em rede é uma nova forma de sociedade, em que a Internet é mais que uma tecnologia, é meio de comunicação, interação e organização social (CASTELLS, 2005). Essa nova forma de sociedade, obviamente, atinge as organizações. Castells (2005) exemplifica com o escritório móvel ou portátil, em que indivíduos permanecem conectados a suas organizações e públicos, ainda que percorram diferentes lugares físicos. Para o autor, a Internet é a característica da nova economia, onde empresas funcionam com e através dela. E isso não se trata apenas do comércio eletrônico, no que diz respeito às compras e

operações feitas online. Segundo Castells (2005), quase todo trabalho no interior das organizações – sejam relações com fornecedores, clientes ou internas - é feito na rede, em equipamentos e dispositivos de telecomunicações. Funcionar em rede, conseqüentemente, implica em transformar o modelo de organização e de mercado. E aqui começamos a pensar em como essa sociedade em rede pode confundir nossa percepção de lugar nas organizações. Afinal, de acordo com Castells (2005), as relações das redes também geram sociabilidade, por outras lógicas que diferem das relações de presença física. Lógicas que tensionam nossos modos de vida, pois reconfiguram noções de presença, credibilidade, privacidade, colaboração e, é claro, de lugar.

Voltemos ao nosso exemplo de organização supracitado. Uma rede de educação a distância, com processos intensamente marcados pelo uso das tecnologias digitais de informação e comunicação. Como definir a noção de lugar apenas pela construção de vínculo baseada nas relações interpessoais face a face? Como dizer que uma organização pode ser um não lugar se, nesse ciberespaço que é parte intrínseca/indivisível do nosso “espaço-todo” (físico e virtual), todo lugar tem um pouco de efemeridade, de lugar de passagem? Como dizer que o ciberespaço é necessariamente um entre-lugar, se os indivíduos podem estar (automaticamente) em rede, mas muitas vezes isolados, sem aperfeiçoar suas relações a partir da diferença, sem desenvolver os cruzamentos culturais?

Os conceitos de lugar, não lugar e entre-lugar, obviamente, podem ser traduzidos ao ciberespaço. Contudo, entendemos que os mesmos foram construídos para um contexto da interação humana face a face, de presença física. As marcas identitárias dos lugares, a falta de vínculo dos não lugares de passagem, os cruzamentos culturais do entre-lugar híbrido. Embora contextualizados na (pós/super) modernidade, os conceitos não parecem suficientes para as lógicas do ciberespaço.

E qual seria então o lugar das redes? Qual seria esse lugar de natureza artificial, que, ao mesmo tempo, é indissociável do plano físico? Propomos que, no ciberespaço, nossos vínculos são construídos em interlugares. Neles, podemos deixar as marcas de nossas trajetórias, produzindo sociabilidade em interações que seguem novas lógicas e circulando informações que seguem em um fluxo sempre adiante, constituindo assim lugares. Também passamos por muitos nós dessa rede de maneira provisória, em contato com inúmeras pessoas, mas sem ligações que se tornam marcas. Solitários, mesmo em rede, muitas vezes

apenas seguimos palavras, textos, códigos e manuais, cumprindo funcionalidades e perdendo nossa identidade em verdadeiros não lugares. Por fim, também vivemos no ciberespaço a constante tentativa de administrarmos a confusão do local e global. Estamos sempre aqui e lá, sempre atravessados pelo (inter/multi)cultural, sempre em entre-lugares. Se nenhum dos três conceitos contemplaria o ciberespaço em sua totalidade, o interlugar das redes, da incompletude e da circularidade tem o potencial de auxiliar nossa compreensão desse novo espaço em que vivemos, unindo elementos do lugar, do não lugar e do entre-lugar, fazendo-os coexistir, de maneira transversal, nos indissociáveis planos físico e digital.

Continuemos pensando nos interlugares no contexto das organizações. As mudanças dos últimos anos, segundo Chanlat (2010), têm empurrado as organizações para a flexibilidade. Diante disso, novas formas organizacionais vêm sendo desenvolvidas. Entre elas, está a organização virtual e os sistemas em rede. Assim como Castells (2005), o autor observa o aparecimento dos escritórios virtuais e das ferramentas nômades (CHANLAT, 2010), que promovem uma verdadeira mudança no espaço de trabalho. Nesse mesmo sentido, Fischer (1994) observa que a informatização e as mutações tecnológicas influenciam na concepção dos lugares. “[...] lugar estratégico não é mais apenas e essencialmente avaliado em função da distância-proximidade física em relação ao poder, mas pela sua localização numa rede de informações [...]” (FISCHER, 1994, p.101).

Fischer (1994) ainda acrescenta que é necessário repensar a delimitação do local de trabalho. Aqui percebe-se o rearranjo causado pelos interlugares na composição das organizações: “Certas atividades não exigem mais que o pessoal esteja concentrado permanentemente e em sua totalidade em determinado local de trabalho [...]” (FISCHER, 1994, p.102). Além da influência sobre a formatação das organizações, o interlugar tensiona aspectos estratégicos, pois muda a forma como é concebida a informação, que é abundante, ininterrupta, infinita e ainda mais valiosa. Além disso, ele confunde as fronteiras tradicionais da organizações, como os limites entre setores, o dentro e fora da empresa, o público e o privado, entre outros aspectos.

No âmbito dos estudos em comunicação organizacional no Brasil, a problemática dos ambientes digitais, explorada há mais de uma década por alguns autores, segue em franca ascensão. Em 2007, por exemplo, Barichello já discutia a visibilidade das instituições na

Internet a partir das afetações do fenômeno da midiatização. Scroferneker, em 2010, apresentou um estudo sobre as ouvidorias virtuais como novas formas de relacionamento, inclusive realizando aproximações com os conceitos de lugar/não lugar e apontando para a “[...] (in)compreensão da organização sobre a (im)possibilidade de ela se constituir em espaço interativo nos ambientes organizacionais cada vez mais virtualizados” (SCROFERNEKER, 2010, p. 146). Evidentemente, hoje são muitos autores que tratam da temática da mediação digital nas formas de vida organizacionais, apresentando ângulos de entrada dos mais diversos. Contudo, são escassos os trabalhos que problematizam a noção de lugar tensionada ao contexto do ciberespaço. E, quando é feito, geralmente apresenta-se interação face a face e mediação digital como planos – simplesmente - dissociáveis, sem atentar para a transversalidade dos fenômenos.

Portanto, seja na dimensão do lugar físico ou antropológico, o atravessamento do ciberespaço no contexto organizacional não pode ser negligenciado. Pois a interação humana não segue a mesma lógica quando ocorre na mediação digital. A dinâmica das redes modifica nossa noção de presença e nossa performance no que diz respeito ao gerenciamento de impressões. Nos interlugares, nossos públicos podem estar invisíveis, nossa ideia de privacidade é alterada, nossa noção de tempo/espaço é confundida. Consequentemente, o indivíduo perde sua referência de passado/presente, de público/privado, de onde sua informação pode chegar, o que resulta em alterações de representação³ (GOFFMAN, 2002). Examinar os interlugares é, portanto, uma tentativa de compreensão das novas formas de vida das organizações, das novas possibilidades de relações e vínculos que podem ser constituídos, das novas formas de construção do conhecimento que emergem das redes.

5 CONSIDERAÇÕES REINICIAIS

Viver no ciberespaço e, consequentemente, nos interlugares, não se trata de uma escolha. Cada vez mais serão esses os lugares do vínculo, da passagem e da cultura. Afinal,

³ Para Goffman (2002), a representação é a atividade de influência de um indivíduo frente ao outro. Para ao autor, na interação humana, o indivíduo sempre desempenha um papel, na busca de uma pré-definição da situação. Ao olharmos para os interlugares, devemos traduzir essa lógica para tal contexto. No ciberespaço, o “palco” e a “plateia” dessa representação modificam-se. O primeiro ganha muito mais visibilidade, enquanto a segunda pode ser até invisível. Nesse contexto, o indivíduo passa a controlar suas impressões a partir de novas estratégias.

as redes são lugares de mobilidade, de prática social, de (co)produção e disputa de sentidos. Por sua vez, as organizações também serão cada vez mais redes de interlugares e, naturalmente, nossas concepções de ambiente de trabalho, de pertencimento, de equipe, de diferença, de limites, entre outras, seguirão sofrendo modificações.

Algumas dimensões do interlugar ficam como heurística, na tentativa de apontarmos perspectivas a serem abordadas para o aprofundamento de sua “cartografia”. Os interlugares organizacionais carregam que novas formas de representação por parte dos indivíduos? Relações de trabalho em interlugares têm o potencial de modificar a ritualidade das organizações? Como são construídos os vínculos nas organizações que minimizam as possibilidades de interação face a face (a “lugarização” de clientes e funcionários virtuais, por exemplo)? E quanto aos aspectos éticos da vigilância exercida sobre os interlugares organizacionais? São perguntas como ponto de partida para novos estudos sobre o interlugar, que nos fazem denominar essas considerações de “reiniciais”.

Examinar os interlugares nos ajuda a pensar os processos organizacionais para além da dimensão física das relações interpessoais. Não se trata apenas da tradução de práticas para o contexto do ciberespaço e da mediação digital, mas de um olhar para o aspecto indissociável das instâncias física e virtual, que impulsiona novas sociabilidades, revela novos objetos de estudo e tensiona as metodologias de análise que utilizamos.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Lidiane. **Em busca de uma cartografia dos (não/entre)lugares da comunicação em multinacionais**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus, 1994.

BAITELLO Jr., Norval. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: Annablume, 1999.

BAITELLO Jr., Norval; NAVARRETE, Helena M.C. Escola, tablete e vínculos sociais. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 14, p. 106-115, 2017.

BALDISSERA, Rudimar. A complexidade dos processos comunicacionais e a interação nas organizações. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Cultura e interação**. São Bernardo do Campo: Editora Difusão/SENAC, 2014. p. 113-124.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional: uma reflexão possível a partir do paradigma da complexidade. In: OLIVEIRA, Ivone de; SOARES, Ana Thereza N. (Orgs.). **Interface e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 149-177.

BARICHELO, Eugenia M.R. Apontamentos sobre a construção da visibilidade das instituições na internet a partir de um cenário de midiatização da sociedade. **E-Compós**, v.10, 2007, p. 1-15.

BHABBA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CHANLAT, Jean-François. **Gestão empresarial**: uma perspectiva antropológica. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

CHANLAT, Jean-François. Por uma antropologia das organizações. In: CHANLAT, Jean-François (Org.). **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1994. p. 22-45.

FISCHER, Gustav-Nicholas. Espaço, identidade e organização. In: CHANLAT, Jean-François (Org.). **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1994. p. 82-102.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. São Paulo: LTC, 1989.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MATTELART, Armand. **Diversidade cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico-informacional. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2008.

SCROFERNEKER, Cleusa M.A. As ouvidorias virtuais em instituições de ensino superior brasileiras. **Organicom**, v. 7, n. 12, 2010, p. 130-149.

SCROFERNEKER, Cleusa M.A.; AMORIM, Lidianie. Por uma topofilia da comunicação organizacional: reflexões sobre espaço e lugar da organização. **Revista da Associação Latino Americana de Investigadores da Comunicação**, v. 13, n. 24, 2016, p. 256-265.

TUAN, Yu-Tu. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. Londrina: Eduel, 2013.

TUAN, Yu-Tu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Londrina: Eduel, 2012.

The organizational (inter)places

ABSTRACT

It is common to hear that organizations have a central place in our life, that the individuals must find/understand their role/place in these organizations, or that organizations are the places where people feel accomplished. However, what places are we talking about? Places of bonding, significance, experience. It's the relationship between the individual, space and

place/role that will be discussed. The paper tries to comprehend the instances of the places in the organization, reviewing the work of other authors. In face of the complex iterations that are revealed, it is necessary to extend the sufficiency of these works, which see organization as spaces and places of bonding, to the cyberspace, formed by a network of organizations which have the digital mean as a reference. At the end, it is proposed a reflection about the interplace, instance which has the potential to hold the organizational bonds in the cyberspace, which the studies focused on face to face interaction fail to comprehend.

Keywords: Organizations. Organizational Communication. Places. Cyberspace. Interplaces.

Los (inter)lugares organizacionales

RESUMEN

Es común oír que las organizaciones ocupan un lugar central en nuestras vidas, que el individuo debe buscar/entender cuál es su lugar en las organizaciones, o que las organizaciones son los lugares en que las personas se realizan. Sin embargo, ¿de qué lugares estamos hablando? Lugares de vínculo, de significado, de experiencia. Es esa relación entre individuo, espacio y lugar que el presente artículo se propone discutir. El trabajo busca comprender las instancias del lugar en las organizaciones, a partir de la revisión de las elaboraciones de algunos autores. Frente a la complejidad interaccional que se revela, se hace necesario el tensionamiento acerca de la suficiencia de esas elaboraciones - que piensan las organizaciones como espacios y lugares de vínculos - para el contexto del ciberespacio, constituido por organizaciones en red que tienen la mediación digital como referencia. Al final, se propone un pensamiento acerca del interlugar, instancia que tiene el potencial de cargar las inquietudes acerca de la construcción de vínculos organizacionales en el ciberespacio, para las cuales las miradas solo a las interacciones cara a cara parecen no dar más cuenta.

Palabras clave: Organizaciones. Comunicación Organizacional. Lugares. Ciberespacio. Interlugares.

Recebido em: 07/04/2018

Aceito em: 25/07/2018