

DREAMWORKS: CULTURA E SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

A imagem organizacional da Disney

Ana Luiza Andrade Ferreira de Moura¹

Resumo

O presente trabalho analisa o contexto social acerca do significado da organização, da identidade organizacional e sua estreita relação com a cultura. A partir desse pressuposto, o objetivo deste estudo é compreender a abordagem sobre a atuação do profissional de relações públicas, os reforços de discursos da sociedade e os processos de espetacularização. Destacam-se dimensões associadas à comunicação que caracterizam os sistemas organizacionais contemporâneos: os princípios, a missão, a visão, os valores e a espetacularização. Em seguida, exemplificações sobre o contexto do *Walt Disney World* (KLEIN, 2003) e os elementos da sua cultura organizacional.

Entende-se que há uma resistência das organizações quanto à multidisciplinariedade dos profissionais na construção da cultura organizacional perante uma “sociedade do espetáculo” (DEBORD, 2008). Por isso, considerar a importância do profissional de Relações Públicas inserido no planejamento de transparência da organização envolve a questão do seu papel de produtor e reproduzidor de discursos presentes na sociedade, de processos espetaculares e no comportamento da organização (KUNSCH, 2003).

Para compreender criticamente essas transformações da cultura organizacional da *Walt Disney World Orlando* foram realizadas duas entrevistas por ser uma abordagem onde é possível obter a descrição individual e singular de cada pessoa da pesquisa.

Assim, o trabalho propõe uma reflexão acerca de como as organizações atuam no momento de estabelecer, reinventar e até mudar sua cultura, devido aos princípios de espetacularização sociocultural junto as manifestações sociais. No caso da *Disney*, a tradição da magia (LOBATO, 2013) se torna efêmera (BAUMAN, 2013) a partir do enfraquecimento das relações sociais e trabalhistas, revelando, assim um caráter ilusório de uma organização constantemente encantadora (BALDISSERA, 2000).

Dessa forma, a necessidade de repensar o paradigma de seguir a lógica da Sociedade do Espetáculo em que o profissional de Relações Públicas junto a organização muda somente devido as manifestações sociais do contexto sociocultural.

¹ Graduanda em Relações Públicas na Faculdade Cásper Líbero. E-mail: alafm97@gmail.com

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

Palavras-chave: cultura organizacional; relações públicas; sociedade do espetáculo; *Disney*.