

Este trabalho de pesquisa, realizado na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – UFRGS, na perspectiva dos estudos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, analisa o rito alimentar compartilhado, observando seu caráter simbólico e sua articulação ao imaginário, encarando-o como processo de comunicação na construção e circulação de sentidos. A problemática deste estudo é: Como os ritos alimentares são acionados/empregados na comunicação organizacional visando a consecução de objetivos organizacionais, utilizando, para isso, de seu caráter simbólico como estratégia? Para tanto, tem-se como objetivo refletir sobre o rito alimentar compartilhado como instância de comunicação, e destacar algumas metáforas que estão implícitas no ato de comer. Procura-se, ainda, compreender como esses ritos e seus simbolismos são presentificados no âmbito organizacional e empregados como comunicação organizacional estratégica. A pesquisa é de caráter bibliográfico e emprega exemplos e contra-exemplos para aprofundar a reflexão. Como principais resultados, evidencia a importância que os ritos alimentares assumem nas relações de sociabilidade, particularmente no que tange ao seu caráter agregador e às questões de compadrio e amizade. Da mesma forma, atenta para o fato de que além do comer, “onde, como, com quem e o que se come” também são elementos portadores de sentido. Afirma-se que os ritos de alimentação compartilhados são empregados como estratégias de comunicação organizacional com diferentes propósitos, tais como: gerar aproximações, simpatia, cooperação; estabelecer diferenças hierárquicas ou neutralizá-las; dissimular e/ou distrair a alteridade; persuadir; blefar. Como estratégia de comunicação, o rito alimentar exige domínio dos códigos da alteridade para que seu emprego se traduza em melhores resultados de comunicação.