COMUNICAÇÃO MAGNÉTICA: COMO LÍDERES ATRAEM, SUSTENTAM E ORIENTAM A ATENÇÃO COLETIVA

MAGNETIC COMMUNICATION: HOW LEADERS ATTRACT, SUSTAIN, AND ORIENT COLLECTIVE ATTENTION

ROSANA MARIA VIEIRA CAYRES
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

RAFAEL CAPRA
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Comunicação:
O XIV SINGEP foi realizado em conjunto com a 14th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com a SPARK (Society for Promoting Academic Research and Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à orgão de fomento:
O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

COMUNICAÇÃO MAGNÉTICA: COMO LÍDERES ATRAEM, SUSTENTAM E ORIENTAM A ATENÇÃO COLETIVA

Objetivo do estudo
Compreender como determinados líderes atraem, sustentam e orientam a atenção coletiva em contextos organizacionais e sociais, propondo o conceito de comunicação magnética a partir de evidências empíricas e diálogo com a literatura sobre liderança, carisma e comunicação.

Relevância/originalidade
O estudo aborda uma lacuna na literatura ao integrar dimensões normalmente tratadas separadamente, como carisma, presença, persuasão, narrativa, escuta e comunicação não verbal, oferecendo uma formulação conceitual para compreender a mobilização comunicacional em liderança.

Metodologia/abordagem
A pesquisa qualitativa, exploratória e interpretativa foi conduzida entre 2016 e 2025, orientada pela Grounded Theory, com revisão de literatura, observações não participantes e entrevistas semiestruturadas com 68 líderes de diferentes contextos organizacionais e sociais.

Principais resultados
Os achados indicam que a comunicação magnética emerge da articulação entre dez dimensões: Presença, Clareza, Narrativa, Improviso, Voz, Influência, Expressão, Conexão, Escutatória e Cena, organizadas em três movimentos: atração, sustentação e orientação da atenção coletiva.

Contribuições teóricas/metodológicas
O artigo propõe a comunicação magnética como construto comunicacional-relacional e reposiciona o carisma como efeito perceptivo transversal. Metodologicamente, articula entrevistas, observações não participantes e literatura para construir categorias emergentes a partir da comparação constante.

Contribuições sociais/para a gestão
O estudo contribui para a formação de lideranças ao mostrar que a força comunicacional não depende de dom individual, mas de dimensões observáveis e desenvolvíveis, relacionadas à escuta, clareza, autenticidade, vínculo, expressão e orientação para ação coletiva.

Palavras-chave: Comunicação magnética, Liderança carismática, Comunicação organizacional, Comunicação persuasiva, Grounded Theory

MAGNETIC COMMUNICATION: HOW LEADERS ATTRACT, SUSTAIN, AND ORIENT COLLECTIVE ATTENTION

Study purpose
To understand how certain leaders attract, sustain, and orient collective attention in organizational and social contexts, proposing the concept of magnetic communication based on empirical evidence and dialogue with literature on leadership, charisma, and communication.

Relevance / originality
The study addresses a gap in the literature by integrating dimensions usually examined separately, such as charisma, presence, persuasion, storytelling, listening, and nonverbal communication, offering a conceptual formulation to understand communicational mobilization in leadership.

Methodology / approach
This qualitative, exploratory, and interpretive study was conducted from 2016 to 2025, guided by Grounded Theory, and based on literature review, nonparticipant observations, and semistructured interviews with 68 leaders from different organizational and social contexts.

Main results
Findings indicate that magnetic communication emerges from the articulation of ten dimensions: Presence, Clarity, Narrative, Improvisation, Voice, Influence, Expression, Connection, Listenership, and Scene, organized around three movements: attracting, sustaining, and orienting collective attention.

Theoretical / methodological contributions
The article proposes magnetic communication as a communicational-relational construct and repositions charisma as a transversal perceptual effect. Methodologically, it combines interviews, nonparticipant observations, and literature to build emergent categories through constant comparison.

Social / management contributions
The study contributes to leadership development by showing that communicational strength does not depend on an individual gift, but on observable and developable dimensions related to listening, clarity, authenticity, connection, expression, and orientation toward collective action.

Keywords: Magnetic communication, Charismatic leadership, Organizational communication, Persuasive communication, Grounded Theory