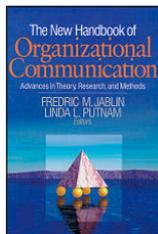


# COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Quando se fala em comunicação nas organizações, logo vêm à memória livros que – alguns na fronteira da auto-ajuda – procuram dar dicas sobre a melhor *performance* diante de uma plateia, ou em uma reunião... O que se pretende com estas indicações bibliográficas, reunidas por Mário Aquino Alves, professor do Departamento de Administração Geral e Recursos Humanos da FGV-EAESP, é mostrar que o campo da comunica-

ção nas organizações é mais vasto do que o enfoque instrumental que normalmente lhe é atribuído. A comunicação nas organizações é um campo multidisciplinar que recebe contribuições de áreas como a Sociologia, a Antropologia, a Lingüística, a Retórica, a Semiótica e até mesmo a Matemática. Compreender fenômenos de comunicação significa compreender como as “realidades” são constituídas nas organizações.

## THE NEW HANDBOOK OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION: advances in theory, research, and methods



**Fredric M. Jablin and Linda L. Putnam (Eds.). London : Sage, 2001. 912 p.**

Trata-se da “bíblia” em matéria de estudos de comunicação nas organizações. Ao reunir alguns dos autores mais importantes no campo, tais como Karl E. Weick, Stanley Deetz e Dennis K. Mumby, os editores conseguiram – em 20 capítulos – tratar dos temas mais relevantes e atuais para a pesquisa sobre comunicações e organizações: análise de discurso, poder, cultura, aprendizagem, mídia, tecnologia, redes, globalização, pesquisa qualitativa e quantitativa. É leitura indispensável para qualquer um que pretenda compreender o debate mais atual sobre o tema.

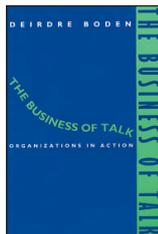
## COMUNICAÇÃO EFICAZ NA EMPRESA – Série Harvard Business Review Book

**Chris Argyris, Fernando Bartolomé, Carl R. Rogers e outros. Rio de Janeiro : Camus, 1999. 254 p.**

Coletânea interessante, de caráter gerencialista, de 17 artigos publicados na *Harvard Business Review*, voltada aos aspectos mais práticos da comunicação nas organizações. Os artigos são organizados em seis grandes temas: comunicação disfuncional, interpretação das mensagens, gestão de reuniões, redação comercial, canais ocultos de comunicação e comunicação e estratégia. O ponto alto do livro é o clássico artigo de Carl Rogers e Fritz Jules Roethlisberger “Barreiras e portas para a comunicação”.



## THE BUSINESS OF TALK: organizations in action



**Deirdre Boden. Cambridge : Polity Press, 1994. 280 p.**

Depois de uma carreira de 17 anos como diretora e produtora de filmes, Deirdre Boden resolveu construir uma carreira acadêmica na sociologia e escolheu particularmente estudar etnometodologia e análise de conversação. Neste livro, a autora demonstra que as empresas, assim como as demais organizações, são geridas por meio da fala (quem fala com quem, quais os assuntos são relevantes, qual forma deve ser escolhida etc.) e de interações cotidianas. Utilizando a análise de conversação, Boden faz uma crítica severa à teoria convencional das organizações, que não levaria em consideração o caráter dinâmico da comunicação humana na constituição das organizações.

## COMMUNICATION, POWER AND ORGANIZATION

**Mats Alvesson. Berlin : Walter de Gruyter, 1996. 225 p.**

Livro recomendável para aqueles que procuram exemplos de aplicação de teoria crítica para análise organizacional. Partindo de um exemplo de evento comunicativo (uma grande reunião de uma indústria sueca para apresentar uma série de mudanças estruturais), o sueco Mats Alvesson submeteu o caso a três perspectivas metodológicas diferentes: a abordagem cultural, a teoria de poder de Michel Foucault e a teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas. O livro não é só interessante pela análise propriamente dita, mas também pelo levantamento bibliográfico que o embasa.



## GESTÃO DE PROCESSOS COMUNICACIONAIS

**Maria Aparecida Baccega (Org.). São Paulo : Atlas, 2002. 179 p.**

Apesar do título, não se trata de um livro voltado para o mundo das organizações, mas sim para a formação de um profissional da área de comunicação. Trata-se de uma coletânea de nove capítulos produzidos por acadêmicos consagrados da área. O que torna o livro interessante para o mundo da administração é a abordagem multidisciplinar da obra, que demonstra que, mais do que um instrumento, a comunicação é um fenômeno processual que envolve múltiplas variáveis e, desta forma, não pode ser tratado unidimensionalmente.