



Intercom - Revista Brasileira de Ciências
da Comunicação

ISSN: 1809-5844

intercom@usp.br

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação
Brasil

Bouzon, Arlette; de Oliveira, Ivone de Lourdes

As revistas científicas de Comunicação Organizacional e suas marcas epistemológicas: um estudo
comparativo entre França e Brasil

Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 38, núm. 1, enero-junio, 2015, pp. 129-

149

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69838466007>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

 redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

As revistas científicas de Comunicação Organizacional e suas marcas epistemológicas: um estudo comparativo entre França e Brasil

Scientific journals on organizational Communication and their epistemological markings: a comparative study between France and Brazil

Las revistas científicas de Comunicación organizacional y sus marcas epistemológicas: un estudio comparativo entre Francia y Brasil

DOI: 10.1590/1809-5844201516

Arlette Bouzon

(Université Paul Sabatier –Toulouse3, Departamento de Ciências da Informação e Comunicação, Curso de Comunicação. Toulouse – França)

Ivone de Lourdes de Oliveira

(Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Faculdade de Comunicação e Artes, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social. Belo Horizonte – MG, Brasil)

Resumo

Nosso objetivo é oferecer um panorama epistemológico da Comunicação Organizacional a partir da análise de duas revistas especializadas no tema, uma da França, *Communication & Organisation* e outra do Brasil, *Organicom*. Para isso estabelecemos um quadro comparativo entre a abordagem epistemológica, o processo metodológico e a fundamentação teórica adotada nos artigos das duas revistas e elaboramos uma classificação a partir da postura epistemológica – positivista, interpretativa e crítica – dos autores. Tomamos como referência a experiência metodológica desenvolvida por Morillon, Aldebert Szafrajzen (2010) em outra pesquisa, na qual analisaram as palavras chave, o resumo, a

AS REVISTAS CIENTÍFICAS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E SUAS MARCAS EPISTEMOLÓGICAS: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE FRANÇA E BRASIL

metodologia e as referências bibliográficas. Com o inventário podemos perceber a riqueza do nosso objeto de estudo, mas a frágil explicitação epistemológica e metodológica no nosso campo.

Palavras chave: Abordagens epistemológicas. Revista acadêmica. Comunicação Organizacional.

Abstract

Our goal is to offer an epistemological overview of Organizational Communication from the analysis of two specialized journals on the subject, *Communication & Organisation* of France and *Organicom* of Brazil to develop a comparison between the epistemological and methodological process adopted by those journal articles, and also developed a classification from the epistemological perspective – positivist, interpretative and critical – of the authors. We take as reference the methodological experience developed by Morillon, Aldebert Szafrajzen (2010) in another of his researches which analyzed the keywords, the summary, the methodology and references. With the inventory, we can see the richness of the studied subject, but a fragile epistemological and methodological explanation in our field.

Keywords: Epistemological approaches. Academic journal. Organizational Communication.

Resumen

Nuestro objetivo es ofrecer un panorama epistemológico de la Comunicación Organizacional a partir de la análisis de dos revistas especializadas no tema, *Communication & Organisation* de Francia y otra de Brasil *Organicon*. Estableció un cuadro comparativo entre la abordagem epistemológica, el proceso metodológico y la fundamentación de los artículos de las revistas analisadas y elaboramos una clasificación, a partir de la perspectiva epistemológica – positivista, interpretativa e crítica de los autores. Tuvemos como referencia metodológica La desarrollada por Morillon, Aldebert y Szafrajzen (2010) en outro estudio, del que analiza las palabras claves, el resumen, la metodología y las referencias bibliográficas. Con el inventario, podemos ver la riqueza del tema estudiado, pero la fragilidad epistemológica y metodológica expresada en nuestro campo.

Palabras clave: Enfoques epistemológicos. Revista acadêmica. Comunicación Organizacional.

Introdução

As autoras buscam neste artigo analisar produções acadêmicas da área de Comunicação Organizacional dos países França e Brasil, tendo como objeto empírico duas revistas especializadas, as únicas dos países implicados,

tentando estabelecer um estudo comparativo e responder a duas perguntas: São as revistas científicas o “lugar” de produção de uma “norma” dominante em Comunicação Organizacional? Surgiria daí uma tendência à padronização da produção científica, que pode enfraquecer as capacidades de inovação e de renovação da disciplina e, mais amplamente, da dinâmica do conhecimento científico envolvido?

Há vários anos, as condições e modalidades de avaliação da pesquisa científica sofrem múltiplas e profundas transformações, em razão do aumento do poder das classificações internacionais e das técnicas bibliométricas. O aparecimento e a progressão crescente do Regime de Avaliação Quantitativa (REQ) modificam a paisagem da pesquisa científica, afetam o trabalho dos pesquisadores e transformam as condições de produção acadêmica, revolucionando a dinâmica do conhecimento científico. Assim, se antes a publicação se constituía em uma forma privilegiada de difusão dos resultados das pesquisas em ciências humanas e sociais, hoje a presença acentuada do REQ conduz a um alinhamento das práticas às ciências duras, tornando o artigo publicado em uma revista científica a maneira quase exclusiva da produção acadêmica.

Nesse contexto, o poder de avaliação se concentra nas revistas científicas, que encarnam a legitimidade de uma produção reconhecida por *experts* do campo. Dessa forma, elas se constituem como fonte de atualização dos conhecimentos e como um meio de informação privilegiado sobre as pesquisas em andamento, gerando uma lista de publicações que servem de referência para a maioria das instâncias acadêmicas.

As revistas qualificadas adquirem o poder de definir normas e modos de cada disciplina, pela sua referência e pelo seu posicionamento teórico-metodológico, sua visão de mundo, seus limites, seus paradigmas, suas temáticas, seus métodos. Esses fatores levam à aceitação ou recusa dos artigos, determinando o valor das pesquisas trabalhadas e determinando os que – pelo acordo de publicação – são dignos de interesse ou não. Assim,

é gerada uma visão de cada disciplina, que pode se impor como dominante, pois se torna normalizadora, já que orienta e canaliza as evoluções.

A partir desse cenário, o artigo busca entender o campo da Comunicação Organizacional como uma disciplina que desenvolve estudos sobre as abordagens teóricas e metodológicas manifestadas nas publicações das duas revistas analisadas, partindo da hipótese de que elas podem influenciar o avanço da pesquisa, determinar e/ou indicar tendências, consolidando e construindo o campo da Comunicação no contexto das organizações. Para isso adotamos uma metodologia descritiva comparativa que permite avaliar o lugar da produção científica em Comunicação Organizacional nos dois países, evidenciando-se as semelhanças e diferenças, com um olhar panorâmico estruturado, de forma que incentive os pesquisadores a considerar os pontos que surgiram nessa pesquisa, fruto do estágio pós-doutoral desenvolvido por uma das autoras em Toulouse, França.

Duas revistas em análise

A pesquisa foi desenvolvida a partir dos artigos que compõem o dossiê das duas publicações sobre a Comunicação Organizacional, a *Organicom*, revista brasileira com dez anos de circulação, e a *Communication & Organisation*, revista francesa com 23 anos de publicação, ambas consolidadas como espaço de difusão científica no Brasil e na França, respectivamente. Entendemos por dossiê um agrupamento de artigos publicados em cada edição, em torno de um tema definido *à priori*, que se torna orientador do processo de seleção dos artigos para publicação. Assim cada dossiê representa o conjunto de reflexões sobre uma temática que determina a linha da edição de cada revista. Daí a importância de analisá-lo como configuração de questões teóricas e profissionais valorizadas pelo corpo editorial, indicando tendências e desenvolvimento dos estudos e pesquisas sobre o campo pesquisado.

Apesar da diferença do tempo de circulação das duas revistas, consideramos importante desenvolver a pesquisa a partir delas, por considerá-las referência no campo e as únicas que tratam especificamente de Comunicação Organizacional em seus países de origem.

Fundada em 1991, *Communication & Organisation* é uma publicação francófona do gênero dedicada à Comunicação Organizacional e reconhecida pelo *Conseil Nationel des Universités* (CNU), por meio da 71^a seção (*Sciences de l'Information et de la Communication*), que qualifica os pesquisadores da França. O seu primeiro número foi lançado em 1992 e sua periodicidade é semestral. De abrangência internacional, editada pelo laboratório *Médiation, Information, Communication, Art* (Mica), da Université de Bordeaux3, a revista abre espaço para pesquisadores de renome e jovens pesquisadores como doutorandos, para publicar seus trabalhos e valoriza o rigor do processo de avaliação e seleção dos artigos enviados¹. Cada dossiê da revista comporta entre seis (n.33, 2008) e 14 artigos (n.35, 2009), quase todos os autores são franceses, mas conta também com a participação de outros pesquisadores da Bélgica, Canadá, Itália, Espanha e China. Quase todos são professores/pesquisadores e a maioria está inscrita nas Ciências da Informação e da Comunicação². No entanto, existem textos de autores advindos de outros campos, como Ciências da Gestão em cinco dossiês, da Sociologia e da Antropologia em dois, da Psicologia, da Semiologia e da Etnologia em um dossiê. Há em quase todas as edições artigos de um doutorando e/ou pós-doutorando e de um ou mais profissionais em atividade fora da universidade.

A revista *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, lançada em 2004 na Escola de

¹ Ver: <http://communicationorganisation.revues.org/>; <http://mica.u-bordeaux3.fr/>.

² É importante dizer que, na França, o campo é reconhecido como Ciências da Informação e da Comunicação, diferentemente do Brasil, que a denominação é Comunicação Social e está separado do campo das Ciências da Informação.

Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), também tem circulação semestral é a primeira e única revista científica brasileira especializada em Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Cada edição é composta do dossiê temático, de depoimento, resenha e entrevistas. Tornou-se referência bibliográfica para estudantes, professores e pesquisadores do campo e está classificada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes³ – como Qualis Nacional B2 em Ciências Sociais Aplicadas.

O número de artigos de cada revista varia de cinco (nos números 1/2004 e 3/2005) a 14, no último número n. 15, 2011, ou seja, em média oito artigos. A maioria dos autores é do Brasil e 47% deles do Estado de São Paulo, o que indica uma concentração onde a revista é publicada. Os demais autores (43%) estão distribuídos nas regiões Sul e Sudeste, indicando a ausência de textos de pesquisadores dos estados do Norte e do Nordeste. A participação de professores estrangeiros equivale a 13%, provenientes da América Latina, da Europa e dos Estados Unidos. A maioria dos autores (53%) está inscrita no campo da Comunicação, especialmente no contexto das organizações, mas há autores de outras áreas de conhecimento: Ciências da gestão (20%), Filosofia (8%), Semiótica (10%) Saúde (5%) e Tecnologia (4%).

A diferença mais evidente entre as revistas é que os dossiês da francesa versam sobre temas relacionados com a Comunicação e organização e não abordam as Relações Públicas, enquanto que a brasileira focaliza mais nas questões relacionadas à Comunicação Organizacional e as interfaces com outros saberes, incluindo as Relações Públicas. Os quadros 1 e 2 facilitam a visualização dos conteúdos deixando clara a diferença.

³ Fundação do Ministério da Educação (MEC) responsável pela expansão e consolidação da pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado) em todos os estados da federação.

*Quadro 1 – Dossiês analisados em Communication & Organisation
– 2004-2011*

Ano	Edição	Títulos dos dossiês
2004	25	Les vallées: sens, territoires et signes
2004	26	La communication des nouvelles éthiques de l'entreprise: responsabilité sociale, développement durable, mode et <i>design</i> éthiques
2005	27	Fidélisation et personnalisation: Les nouvelles formes de relations consommateurs/entreprises
2005	28	Coaching et communication
2006	30	Modèles et modélisations, pour quels usages?
2007	31	Migrations conceptuelles: d'où viennent les concepts de la communication organisationnelle
2007	32	La ville dans tous les sens
2008	33	Conduire le changement organisationnel?
2008	34	Retour sur les images d'organisations
2009	35	Repenser la communication dans les organisations publiques
2009	36	Pour une approche communicationnelle de l'individu au travail
2010	37	La communication à l'épreuve des mutations économiques
2010	38	Management de l'évaluation et communication
2011	39	Les applications de la sémiotique à la communication des organisations
2011	40	Âges et générations: la communication revisite ses publics

Quadro 2 – Dossiês analisados em Organicom – 2004-2012

Ano	Edição	Títulos dos dossiês
2004	1	Comunicação e mudança cultural nas organizações
2005	2	Avaliação e mensuração em comunicação organizacional
2005	3	Comunicação digital
2006	4	Comunicação pública e governamental
2006	5	Relações públicas: campo acadêmico e profissional
2007	6	Comunicação de risco e crise: prevenção e gerenciamento
2007	7	Identidade, marca e gestão da reputação corporativa
2008	8	Ética e comunicação organizacional
2008	9	Discurso institucional, linguagem e retórica
2009	10/11	Comunicação Organizacional e relações públicas: pesquisa, reprodução, aplicação
2010	12	Ouvidoria e comunicação
2010	13	Comunicação, marketing e produção cultural
2011	14	Lobby, relações governamentais, democracia
2011	15	Comunicação e esporte: pesquisa, marketing e mídia

Percorso metodológico

Tentamos ordenar a diversidade dos artigos, elaborando uma classificação a partir da postura epistemológica⁴ dos autores dos artigos publicados, ou seja, analisamos o resumo, a metodologia e a fundamentação teórica de cada artigo para entender em qual corrente paradigmática – positivista, interpretativa e crítica (BURRELL; MORGAN, 1979 e GIROUX; DEMERS, 1998) – os autores dos artigos se basearam na produção textual. Para analisar os conteúdos selecionados, adotamos uma grade metodológica centrada no ordenamento da diversidade dos temas a partir das palavras chave que os autores selecionam (MORILLON; ALDEBERT; SZAFAJZEN, 2010)⁵.

As palavras chave nos parecem reveladoras dos laços que o pesquisador tenta tecer com a comunidade científica do campo estudado. A análise dos resumos nos permitiu identificar os sujeitos tratados pelos pesquisadores em um dado momento, e reconhecer a complexidade do universo da nossa “comunidade científica”. A grade se inspira em categorias norte-americanas propostas pelas ciências humanas e sociais (ALVESSON; DEETZ, 1996; DEETZ, 1993; HARDY E CLEGG, 1997; GIROUX; MARROQUIN, 2005; KOENIG, 2006; PUTNAM, 1982; BURRELL; MORGAN, 1979). Intensamente criticada na época, a matriz de Morgan (1979) é baseada em duas hipóteses: a natureza das ciências sociais (objetiva ou subjetiva) e a da ciência (mudança radical ou regulação). Essa matriz desembocou em quatro paradigmas sociológicos: funcionalista, interpretativo, radical humanista e radical estruturalista.

⁴ Segundo Mucchielli (2006, p.15 e 17), “a postura epistemológica do pesquisador corresponde a seus conhecimentos *a priori* sobre a ciência em geral e sobre a natureza do conhecimento científico [...]. A postura epistemológica do pesquisador instrumentaliza certas formas de teorias”.

⁵ Que, precedentemente, realizaram um trabalho de análise análogo, tendo como objetivo estabelecer comparação entre Ciências de Gestão, ciências da Informação e da Comunicação.

Utilizamos a versão da matriz trabalhada por Giroux e Demers (1998), que agrupa os dois últimos paradigmas – mudança radical e regulação – sob a denominação de críticos, que reflete as evoluções teóricas recentes. Assim, trabalhamos com os paradigmas epistemológicos funcionalista, interpretativo e crítico, por considerá-los os principais. Essa matriz já é compartilhada por alguns pesquisadores do nosso campo, como Fauré e Bouzon (2010).

O *corpus* da pesquisa foi constituído pelos dossiês dos 15 números das duas revistas publicadas no período de 2004 a 2011, selecionados como representação da reflexão da comunidade acadêmica do campo da Comunicação Organizacional. De cada revista foram analisados o total de 131 artigos. Como a *Communication et Organisation* tem mais tempo de circulação, as edições selecionadas foram as do número 25 ao 40 e da *Organicom*, da primeira até o número 17 (quadros 1 e 2). Apostamos em selecionar o mesmo período de publicação, na tentativa de não ocorrer distorções em relação a análise das temáticas abordadas nos dossiês e compreender a sua abrangência e o amadurecimento do campo. Esse período nos pareceu aceitável, pois permitiu as comparações e o reconhecimento das evoluções das práticas e das questões teóricas abordadas em momentos diferentes.

As categorias selecionadas para análise das duas revistas foram: tema de cada revista/dossiê e data, número de artigos, título de cada artigo, estatuto dos autores, tipo do artigo – inventário, estudo de caso, pesquisa documental, reflexão, testemunho ou apresentação de resultados de pesquisa –, definições e/ou problemáticas, termos significativos encontrados no texto e natureza das referências bibliográficas.

A coexistência pacífica de ‘approaches’ epistemológicos distintos

As três abordagens epistemológicas selecionadas – positivista/funcionalista, interpretativa e crítica – correspondem a uma visão particular da organização e da Comunicação e estruturam as conclusões que decorrem delas. Entretanto, é preciso ter cuidado

ao colocá-las em oposição e em confrontações redutoras, para não criar uma nova “guerra de paradigmas”, retomando a expressão de Gérard Koenig (2006).

Uma abordagem funcionalista

Associada ao paradigma positivista e também chamada de “visão balística da Comunicação”, a abordagem funcionalista está presente nos dossiês de cada revista em análise dos países. 32% na *Communication & Organisation* e 26% na *Organicom*. Essa abordagem trabalha a realidade social como um fenômeno real, “princípio ontológico”, existência daquele que a observa e/ou a realiza fora do sujeito; “princípio de objetividade”, funcionamento determinado por leis próprias que levam ao sucesso “princípio do universo conectado”; e a busca da melhor solução, a ideal “princípio da ação mínima”.

Um dos postulados dessa escola é a noção de determinismo encontrada no modelo telegráfico da Comunicação⁶, frequentemente citado pelos autores que sustentam uma proposta instrumental da Comunicação, a qual se baseia na imposição de leis e esquemas técnicos aos receptores. Segundo esse paradigma, os indivíduos são produtos do meio e respondem a estímulos. A organização é uma estrutura concreta na qual a Comunicação se torna uma substância tangível que aí transita de uma forma ascendente, descendente e lateral, associada a um suporte. A Comunicação é supostamente aquela que resolve problemas, racional e instrumental (MUCCHIELLI; GUIVARCH, 1998).

As mensagens, “vetores de informação”, são vistas como formas físicas que têm posições espaço-temporais e existem independentemente do emissor e do destinatário. Assim, para os pesquisadores funcionalistas, a essência da Comunicação reside na transmissão das mensagens, da informação, e no estudo dos

⁶ Publicado por Claude R. Shannon e Warren Weaver (1948), trata-se de um modelo linear simples da Comunicação, no qual esta é reduzida à transmissão de uma mensagem.

efeitos dos canais de Comunicação, considerados como ferramenta ou técnica.

Nesse cenário, a Comunicação na organização é apreciada como integradora, ou seja, suscetível de orientar os comportamentos. Considera a Comunicação como artefato, meio de controle ou instrumento de persuasão, concebida como uma variável de ajuste numa organização, que pode ser delimitada por fronteiras físicas, como um *contêiner* (PUTNAM, 1982).

Os autores dos artigos estudados que se fundamentam em tal abordagem privilegiam os vínculos com a gestão e o estudo das consequências (esperadas ou não) pela organização, ancorados por procedimentos essencialmente hipotético-dedutivos, privilegiando as metodologias quantitativas e estatísticas. Observamos ainda que aproximadamente 15% dos pesquisadores na revista francesa e 36% na revista brasileira tomam emprestados elementos do paradigma positivista, mas os associa às reflexões que elevam os paradigmas crítico ou interpretativo, constituindo um “positivismo construído” (GIROD-SÉVILLE; PERRET, 1999, p.31).

Uma abordagem interpretativa em crescimento

O paradigma interpretativo, muito reconhecido nas teorias das organizações desde o final da década de 1970, considera o coletivo como fruto das experiências subjetivas de seus membros. A escola interpretativa possui uma visão relativa do mundo e procura uma compreensão aprofundada dos fenômenos. A organização é concebida como uma realidade socialmente constituída, uma criação emergente e intersubjetiva em um espaço simbólico construído por signos onde os atores reinventam a realidade, de forma contínua, por meio de ações de Comunicação. A Comunicação não é simplesmente uma atividade organizacional, mas cria, legitima e recria as estruturas sociais que formam o nó da organização, tornando-se assim “Comunicação organizante”. Na linha dos trabalhos de Linda Putnam (1982) ou de Karl E. Weick (1989) regularmente citados pelos autores franceses, a visão interpretativa, destacada nos artigos, implica uma maneira particular de conceber

a estrutura organizacional, que se opõe ao objetivismo inerente aos trabalhos funcionalistas e propõe uma visão de organização que está se fazendo todo tempo, em constante construção.

O procedimento metodológico privilegiado é empírico, seguindo um raciocínio indutivo fundamentado em dados qualitativos (entrevistas praticamente sistemáticas) ou em enquetes, denominadas compreensivas, hermenêuticas e etnográficas, visando à compreensão dos atores – a organização e seus públicos – e os processos de significações coletivas e individuais.

A presença dessa abordagem é menor nos artigos analisados da revista francesa (21% dos artigos), já na revista brasileira, muitos autores se sustentam teoricamente no paradigma interpretativo (56% dos artigos). Na revista *Communication & Organisation*, alguns trabalhos reivindicam a noção “construtivista” fazendo explicitamente referência aos trabalhos de Alex Mucchielli (2006) e adotando uma abordagem sistêmica. Percebemos em muitos textos da revista *Organicom*, a postura reflexiva e questionadora dos autores em relação à organização e à comunicação. Concebem a organização como um espaço de interação e a Comunicação como um processo que envolve a organização e sua relação com a sociedade.

Uma abordagem crítica: escola que se afirma

O paradigma crítico emerge na França nos anos 1970 e se desenvolve a partir dos anos 1980 (GOLSORKHI; HUAULT; LECA, 2009). Definido por Max Horkheimer, nos anos 1930, como uma atitude caracterizada por uma “desconfiança total aos olhos das normas de conduta que a vida social, tal como é organizada, fornece ao indivíduo” (RENAULT; SINTOMER, 2003, p.8). Sua legitimidade cresceu significativamente na França desde 1995. No Brasil, este paradigma começa a ser reconhecido no campo da Comunicação no final dos anos 1980 e somente em 1990 torna-se uma dimensão epistemológica de alcance e os pesquisadores a utilizam como uma perspectiva em suas pesquisas e estudos.

Essa abordagem considera a organização como um lugar de dominação, no qual as relações de poder são assimétricas. Coloca

em cheque o capitalismo contemporâneo e se caracteriza pela crítica do discurso social. Além disso, a abordagem abarca as ideias relacionadas à ideologia gerencial – controladora e limitadora –, denuncia as práticas hegemônicas e a luta pelo poder, e analisa os lugares de conflito e de abusos ocasionados pela desigualdade econômica, social e cultural no ambiente organizacional. Valoriza a resistência, a emancipação e tenta desconstruir os elementos de uma cultura de submissão, procurando revelar as estratégias de manipulação. Os trabalhos desenvolvidos dentro desta perspectiva versam sobre mal-estar, sofrimento no trabalho, stress ou assédio (MORILLON; BOUZON; COOREN, 2009).

No que concerne à Comunicação, esse paradigma questiona o seu uso instrumental e reconhece a interação como um processo comunicacional engajado que se dá a partir do outro, numa comunidade de sentidos e não um processo neutro de transmissão de mensagens. As pesquisas são de caráter qualitativo, centram no sujeito, denunciam o controle instaurado pelo grupo dominante o lugar estratégico da Comunicação utilizado para ocultar as representações alternativas. Os artigos correspondentes a esta perspectiva se fundamentam em autores como: Jürgen Habermas, Michel Foucault, Pierre Bourdieu e outros. Os estudos empíricos são ainda raros, provavelmente em razão do questionamento da ordem estabelecida.

A escola crítica apresenta crescimento na França e a análise desenvolvida nos levou a perceber que o mesmo acontece nos artigos publicados na revista *Communication & Organisation*, uma vez que 47% do conjunto dos artigos teve a abordagem crítica como referência. Na revista brasileira, a perspectiva crítica representa 18%. Apesar de os pesquisadores brasileiros referenciarem autores desse paradigma, no momento da análise empírica, resvalam para uma abordagem interpretativa e algumas vezes, funcionalista. A maioria dos artigos estudados que comunga com essa perspectiva opta pela revisão de literatura.

Podemos apontar que os paradigmas estudados coexistem pacificamente em um mosaico nos trabalhos analisados, evidenciando que há lugar para cada um deles (BOUZON, 2006),

e que as complementaridades são evidentes. A análise dos dossiês das revistas nos indica que não há intenção dos autores em explicitar sua abordagem epistemológica e que as características das perspectivas funcionalista, interpretativa e crítica ainda são misturadas nos artigos, especialmente no Brasil. Neste contexto, a Comunicação Organizacional parece se acomodar a um pluralismo explicativo que, além de oposições, se revela como fonte de inovação. O quadro 3 visualiza a fundamentação epistemológica encontrada nos artigos.

Quadro 3 – Fundamentação epistemológica dos textos analisados

Revista	Abordagem positivista (%)	Abordagem interpretativa (%)	Abordagem crítica (%)
Communication & Organisation	32,00	21,00	56,00
Organicom	26,00	56,00	18,00

Como já foi dito, a maioria dos autores colore seus textos com diferentes sistemas paradigmáticos – escolha de alguns princípios e conceitos diversos – e até mesmo utilizam vários paradigmas em um mesmo texto, “dotando-se assim do que se poderia chamar uma posição epistemológica arranjada” (GIROD-SÉVILLE; PERRET 1999, p.31). Apesar da forte crítica de Alex Mucchielli (2000) de que o pesquisador deve estar consciente de seus referenciais, pois o contrário o torna prisioneiro de seus esquemas mentais inconscientes e pode trazer problemáticas inconsistentes, nos parece que essa diversidade é uma riqueza constitutiva de nosso campo disciplinar, permitindo uma colaboração equilibrada e saudável entre as diversas posições, uma melhor inserção no real e uma compreensão mais apurada dos fatos sociais.

Indagações apareceram no processo, a primeira é de que a escolha do fundamento epistemológico de uma pesquisa é complexa e delicada, necessitando-se compreender como o autor estrutura os conhecimentos e a qual tendência acadêmica ele se refere. A segunda é que a avaliação qualitativa, a única que

nos permite apreciar a originalidade e o espírito de inovação de uma pesquisa, não pode ser substituída e, a última, encorajar a pluralidade das abordagens, dos métodos e dos objetos de pesquisa para trabalhar uma concepção evoluída da ciência, que contribui para esclarecer as escolhas possíveis e para inventar as novas.

Diversidade de temas e de referências: uma questão a entender

A pesquisa permitiu identificar que os temas abordados pela revista *Communication & Organisation* estão relacionados, de uma maneira crescente com a atualidade econômica das organizações e que a *Organicom* aborda uma diversidade de temas como avaliação e mensuração em Comunicação Organizacional, Comunicação Digital, Comunicação Pública, ética nas organizações, discursos organizacionais ouvidoria, *lobby* e Comunicação no esporte. Essa variedade pode demonstrar a falta de uma linha editorial, mostrar o assunto do momento ou evidenciar a riqueza da pluralidade temática do nosso campo.

Neste estudo, a bibliografia não é concebida como uma simples pilha de referências, mas sim como formadora de uma visão cheia de sentidos do estado da pesquisa. Além disso, ela destaca a importância do autor referenciado, indicando o lugar que ele ocupa na comunidade científica. Nesse sentido, as referências expressas nos artigos nos levam a conhecer os aportes que sustentam nossa produção científica e ter a ideia do que vem sendo reverberado nos trabalhos acadêmicos.

Na revista francesa, há uma presença cada vez mais acentuada de referências provenientes da lista da CNU – *Conseil National des Universités* –, 71^a seção e de alguns artigos em língua estrangeira, essencialmente anglófonos 9,37%. A pesquisa evidenciou que há uma frágil mobilização de trabalhos franceses, tanto do campo da Comunicação quanto da especialidade, Comunicação Organizacional e que a cocitação entre os membros do campo é quantitativamente fraca, representando em média 18,40%. Já na análise da revista brasileira observamos a alta utilização de autores estrangeiros de diferentes campos de conhecimento, especialmente

os de gestão 43%. As referências mobilizadas são bem menores e a utilização da cocitação de autores da nossa especialidade corresponde 6% e de autores da Comunicação 21%. Esses dados demonstram a timidez dos autores franceses e brasileiros da área de Comunicação Organizacional em aproveitar a produção de colegas no sentido de avançar, ampliar ou questionar aportes teóricos conceituais desenvolvidos e analisados contribuindo diretamente para a constituição do nosso campo.

Quadro 4 – Referências bibliográficas nas revistas analisadas

Referências	Communication & Organisation	Organicom
Número de referências bibliográficas	2.431	1.525
O a 10 referências por artigo (%)	1	50,0
11 a 20 referências por artigo (%)	58,0	37,0
21 a 35 referências por artigo (%)	41,0	13,0
Referências das ciências da Informação e Comunicação (%)	19,25	–
Referências da Ciência da Comunicação (%)	–	21,0
Referências de autores estrangeiros (%)	9,37	43,0*

*Inclui referências americanas e francesas.

O resultado da pesquisa nesse item nos leva a questionar nossas práticas acadêmicas segundo os princípios criados por Mumby e Stohl (1996). Para eles, nós pesquisadores precisamos promover nossa disciplina, apoiarmos em uma revista para dividir os princípios comuns e efetuar as cocitações. Só assim poderemos ter avanços na consolidação epistemológica da Comunicação Organizacional.

Considerações finais

O trabalho realizado nos autoriza a reconhecer o lugar da pesquisa em Comunicação Organizacional nos dois países, com um olhar panorâmico e estruturado, permitindo-nos traçar um cenário atual e enxergar o estágio em que nos encontramos. Os paradigmas epistemológicos não aparecem dissecados nos textos

e essa classificação artificial dos fundamentos, pouco mobilizados nos trabalhos estudados, pode mascarar a conivência das práticas científicas e a fecundidade das pesquisas desenvolvidas. Assim a descrição/explicação (paradigma positivista) e a compreensão (paradigma interpretativo) aparecem como as duas faces complementares de análise de um mesmo fenômeno, o mesmo apreendido na visão crítica. No entanto, as três perspectivas – funcionalista, interpretativa e crítica – aparecem compartilhadas pelos pesquisadores dos dois lados do Atlântico.

Outra questão que surge no processo é que a disciplina Comunicação Organizacional no seu conjunto brota então polidóxica, ou seja, compartilhada entre diferentes *doxas*, cada uma tendo liberdade de exprimir sua visão de mundo sem ser qualificada como dogmática. Além dessa constatação de polinização cruzada, nosso estudo permitiu relativizar os efeitos da intensificação das circulações transnacionais do saber e das referências sobre a Comunicação Organizacional e as ciências da Comunicação, que permanecem sempre carregadas de configurações locais e nacionais.

A pesquisa nos indica, ainda, a convivência com várias práticas de apresentações de pesquisa e estudos realizados. Enquanto uns artigos se inscrevem em uma das perspectivas de forma clara, outros navegam entre vários sistemas paradigmáticos, baseando-se em diversos princípios e conceitos, adotando uma posição epistemológica construída, como se pratica em outras disciplinas como ciências da gestão e sociologia.

Os artigos analisados colocam em evidência uma multiplicidade de conceitos, definições de Comunicação e de organização, variando consideravelmente de um autor a outro ou de uma pesquisa a outra. Por meio desta breve observação da ciência se fazendo, as diferentes abordagens selecionadas nos parecem mais complementares que rivais, à medida que esclarecem fenômenos organizacionais complexos, algumas vezes inéditos, porém, sempre renovados. Parece-nos também que o poder de avaliação dos trabalhos em Comunicação Organizacional delegado pelo Regime de Avaliação Quantitativa (REQ), inicialmente

temido, não resulta em padronização da produção científica, não enfraquece as capacidades de inovação e renovação do campo disciplinar e contribui para a dinâmica do conhecimento científico.

Deparamos com dificuldades ligadas às diferentes práticas culturais, à grande variedade de trabalhos e à ausência de indicações explícitas sobre as escolhas epistemológicas. Por outro lado, além da diversidade e da complementaridade de abordagens que se fecundam mutuamente, nossa especialidade parece alimentar-se de pesquisas fronteiriças, e, paradoxalmente, muito pouco de trabalhos da nossa área.

Além dessas constatações, nossa análise mostra que, no caso francês, a inflação das referências mobilizadas em língua inglesa, vindas de uma grande diversidade de revistas científicas, deve ser ponderada pelo fato de que os autores citados são, frequentemente, os mesmos. Esses se beneficiam, às vezes, do efeito da moda nos temas de pesquisa e do “efeito Mateus”, cunhado por Robert Merton⁷ (1968). A cocitação entre membros da disciplina é quantitativamente anêmica tanto na França como no Brasil.

A partir do quadro traçado e dos estudos desenvolvidos sobre a Comunicação Organizacional nos dois países, deixamos as perguntas seguintes para que possam instigar novas discussões e provocar outras indagações. Seria a falta da cocitação e a falta de referenciar a Comunicação um efeito de elegância ou de modéstia coletiva entre os pesquisadores ou, mais fundamentalmente, a marca de uma produção disciplinar julgada relativamente pobre pelos próprios membros? Se a bibliografia constitui um suporte para trabalhos posteriores, qual será o futuro das ciências da Comunicação se nossas reflexões não são retomadas, discutidas e aprofundadas pelos pesquisadores de nossa especialidade? Pode o formato “artigo” estimular os pesquisadores a privilegiar ferramentas e métodos que se adaptam mais facilmente sua proposta, condenando o pesquisador a um campo reduzido, a um objetivo sintético, suprimindo as nuances

⁷ O efeito Mateus (*Matthew Effect*) significa usar mecanismos para aumentar vantagem sobre os outros. Refere-se a uma frase do Evangelho segundo Mateus: “Porque a todo o que tem, e terá em abundância, mas ao que não tem será tirado até o que tem”. O sociólogo norte-americano procurou mostrar como os cientistas e as universidades mais reconhecidas mantinham sua posição dominante no mundo da pesquisa.

dos resultados, as interrogações, as dúvidas, as falsas pistas e os erros que caracterizam a conduta científica?

Outra questão que a pesquisa nos traz é que, se a avaliação bibliométrica do impacto e da qualidade da produção acadêmica está baseada em citações de artigos científicos e que a consideração de um número restrito de artigos na única revista especializada de Comunicação Organizacional de cada país não permite uma generalização das conclusões obtidas. Esperamos que esta pesquisa possa contribuir para o questionamento das lógicas estruturantes de nosso campo disciplinar.

Referências

- ALVESSON, Mats; DEETZ, Stanley. Critical theory and postmodernism approaches to organizational studies. In: CLEGG, Stewart; HARDY, Cynthia (Eds). *Handbook of organizational studies*. Newbury Park, CA, Sage, 1996. p. 191-217.
- BOUZON, Arlette. *Etudier la communication organisationnelle: champs, concepts, perspectives*. Paris: L'Harmattan, 2006.
- BURRELL, Gibson; MORGAN, Gareth. *Sociological paradigms and organizational analysis: elements of the sociology of corporate life* London: Heineman, 1979.
- DEETZ, Stanley. Describing differences in approaches to organization science: rethinking Burrell and Morgan and their legacy. In: DESROSIÈRES, Alain. *La politique des grands nombres : histoire de la raison statistique*. Paris: La Découverte, 1993.
- FAURÉ, Bertrand; BOUZON, Arlette. French approaches to the performative properties of language at work: an overview. *Management Communication Quarterly*, v. 24, n. 4, p. 620-626, 2010.
- GIROD-SÉVILLE, Martine; PERRET Véronique. Fondements épistémologiques de la recherche. In: THIÉTART, Raymond-Alain et al. *Méthodes de recherche en management*. Paris: Dunod, 1999. p. 13-33.
- GIROUX, Nicole; DEMERS, Christiane. Communication organisationnelle et stratégie. *Management international*, v. 2, n. 2, p. 17-32, 1998.

AS REVISTAS CIENTÍFICAS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E SUAS MARCAS
EPISTEMOLÓGICAS: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE FRANÇA E BRASIL

GIROUX, Nicole; MARROQUIN, Lisette. L'approche narrative des organisations. *Revue Française de Gestion*, n. 159, p. 15-42, 2005/6.

GOLSORKHI, Damon; HUAULT, Isabelle; LECA, Bernard. *Les études critiques en management: une perspective française*. Québec: Presses Universitaires de Laval, 2009.

HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart. Relatively without relativism: reflexivity in post-paradigm organization studies. *British Journal of Management*, special issue, v. 8, S5-S17, jun. 1997.

KOENIG, Gérard. Théories mode d'emploi. *Revue Française de Gestion*, n.160, p. 9-27, jan. 2006.

MERTON, Robert. The Matthew effect in Science. *Science*. v.159, p. 56-63, jan.1968.

MORILLON, Laurent; ALDEBERT, Bénédicte; SZAFRAJZEN, Barbara. Pour une lecture croisée des approches et usages des recherches sur la communication des organisations en sciences de l'information et de la communication, et en sciences de gestion. In: CONGRÈS SFSIC, XVII, Dijon, 23-26 jul 2010. *Anais...* Paris: SFSIC, 2010.

MORILLON, Laurent; BOUZON, Arlette; COOREN, François. Pour une approche communicationnelle de l'individu au travail. *Communication & Organisation*, n. 36, p.8-19, 2009.

MUCCHIELLI, Alex. Deux mondes constructivistes pour le diagnostic des communications organisationnelles. *Communication et organisation*, n. 30, 2. sem. 2006.

_____. *La nouvelle communication: épistémologie des sciences de l'information-communication*. Paris: Armand Colin, 2000.

MUCCHIELLI, Alex; GUIVARCH, J. *Nouvelles méthodes d'étude des communications*. Paris: Armand Colin, 1998.

MUMBY, Dennis K.; STOHL, Cynthia. Disciplining organizational communication studies. *Management Communication Quarterly*, v. 10, n.1, p. 50-75, 1996.

PONTILLE, David; TОРNY, Didier. Revues qui comptent, revues qu'on compte: produire des classements en économie et gestion. *Revue de la régulation*, n. 8, 2. sem. 2010a. Disponível em: <<http://regulation.revues.org/8881>>. Acesso em: 01 maio 2013.

_____. The controversial policies of journal ratings: evaluating social sciences and humanities. **Research Evaluation**, v. 19, n. 5, p. 347-360, 2010b.
PUTNAM, Linda L. Paradigms of organizational communication research: an overview and synthesis. **The Western Journal of Speech Communication**, n. 46, p. 192-206, 1982.

RENAULT, Emmanuel; SINTOMER, Yves. **Où en est la théorie critique?**
Paris: La Découverte, 2003.

SHANNON, Claude E; WARREN, Weaver. Théorie mathématique de la communication. **The Bell System Technical Journal**, v. 27, p. 379–423, jul-out. 1948.

WEICK, Karl E. **Sensemaking in organizations**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.

_____. **The social psychology of organizing**. Reading, MA: Addison Westley, 1989.

Arlette Bouzon

Doutora pela Université Celsa-Paris IV – Sorbonne França. Membro do Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (Lerass). Professora do Curso de Comunicação do Departamento de Ciências da Informação e Comunicação da Université Paul Sabatier. Coordena o Grupo de pesquisa “Organicom”, além da seção temática Comunicación y Estrategia, da European Communicatioin Research and Education Association (Ecrea). Autora do livro *Etudier la communication organisationnelle: champs, concepts, perspectives*. E-mail: arlette.bouzon@iut-tlse3.fr.

Ivone de Lourdes Oliveira

Doutora pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC-MG. Coordenadora do Grupo de pesquisa “Comunicação no contexto das organizações: aspectos teóricos e conceituais”. Membro do Conselho Consultivo da Abrapcorp – Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Relações Públicas. Coautora do livro *O que é comunicação estratégica nas organizações?* Co-organizadora das obras: *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações; Propostas Conceituais para a Comunicação no contexto organizacional; A Comunicação na Gestão da Sustentabilidade das organizações; Redes Sociais, Organização, Comunicação e Discurso, Organização, Comunicação*. E-mail: ivonepucmg@gmail.com.

Recebido em: 27.07.2014
Aceito em: 05.12.2014