

ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO
COMMUNICATION STUDIES
ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN
ÉTUDES EN COMMUNICATION

REVISTA . REVIEW . REVISTA . MAGAZINE

Nº23 . DEZ'2016





O Estado da Arte da Comunicação Organizacional

Rita Monteiro Mourão, Sandra Miranda & Gisela Gonçalves
Universidade da Beira Interior / Escola Superior de Comunicação Social – Instituto
Politécnico de Lisboa / Universidade da Beira Interior
E-mail: ritaandrei.mourao@gmail.com / smiranda@escs.ipl.pt /
gisela.ubi@gmail.com

RESUMO

A investigação em comunicação organizacional tem vindo a crescer nos últimos anos e a constituir-se como uma necessidade premente para a compreensão da dinâmica e do comportamento organizacional. Porém, o investimento nesta área de estudo e o entendimento da sua complexidade implica a identificação de um percurso histórico e das linhas de investigação que lhe são inerentes. O presente trabalho, tem como principal objetivo visitar as diferentes linhas de investigação e os respetivos paradigmas que, historicamente, têm atravessado a investigação

em comunicação organizacional até aos nossos dias. Nesse sentido, serão identificados e explicitados os quatro paradigmas principais associados à comunicação organizacional, sendo estes: o paradigma positivista; o paradigma interpretativo; o paradigma crítico e o paradigma dialógico. Esta discussão – praticamente inexistente na literatura, torna-se fundamental não só para percebermos o contexto histórico da comunicação organizacional, mas também para elevarmos o estado de maturidade da disciplina providenciado uma perspectiva integrada da mesma.

Palavras-chave: comunicação organizacional; paradigmas; estado da arte.

Data de submissão: 26-04-2016. Data de aprovação: 23-10-2016.

Esta publicação foi apoiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), pelo Fundo Social Europeu e fundos nacionais MEC no âmbito da bolsa individual de doutoramento com a referência PD/BD/114005/2015.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CC1/00661/2013*.



ABSTRACT

The research about organizational communication has been growing in recent years, because it is necessary to understand the dynamics and organizational behavior. However, the investment in this area of study and understanding of its complexity takes into account the understanding of an historical background and research lines that are inherent. This article aims to revisit the different lines of research and the respective paradigms that historically have crossed the research in organizational communication to

the present day. In this sense, the four main paradigms associated with organizational communication will be identified and explained, namely: the positivist paradigm; the interpretative paradigm; the critical paradigm and the dialogical paradigm. This discussion – which is little reported in the literature is essential, not only to realize the historical context of organizational communication, but also to understand the discipline mature state considering an integrated perspective.

Keywords: organizational communication; paradigms; state of art.

INTRODUÇÃO

A definição da comunicação organizacional, enquanto disciplina, tem vindo a constituir-se como uma necessidade (Ruão, 2004). Assim, o seu reconhecimento implica que tenhamos de recuar ao passado (Krone, 2007). Contudo, tal definição tem vindo a ser dificultada pelo facto da comunicação organizacional assumir, ainda, uma identidade pouco clara. As complexidades organizacionais, na qual a comunicação organizacional se enquadra e o seu recente estudo (*i.e.*, remonta às últimas décadas do século XX) contribuem para que a questão: O que é a comunicação organizacional? seja, muitas vezes, substituída por Como é que podemos encarar a comunicação organizacional, através de uma determinada perspetiva e em detrimento de uma outra? (Deetz, 2001; Mumby & Stohl, 1996). Isto porque, sendo este tipo de comunicação um processo dinâmico e complexo, surge a necessidade de enquadrá-la no âmbito de diferentes linhas de investigação, tendo em conta, também, diferentes períodos históricos (Ruão 2004; Ruão, 2008).

De forma a sistematizar o quadro de investigação que envolve a comunicação organizacional, Deetz (2001), identifica as quatro principais tendências

