



**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE COMUNICAÇÃO
EMPRESARIAL**



cursos	eventos	livros	prêmio	associe-se	MBA Aberje
Home	Associação	Serviços	Acervo Online	Prêmio	Fale Conosco

HOME >> ACERVO ON-LINE >> COLUNAS >> COLUNISTAS >> PAULO NASSAR

COLUNAS



Paulo Nassar
diretoria@aberje.com.br

Diretor-Presidente da Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. Professor livre-docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e pós-doutor pela Libera Università di Lingue e Comunicazione, Milão, Itália. Integra o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP). É Coordenador do Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN ECA-USP). Autor de inúmeras obras no campo da Comunicação.

Disseminação da informação em comunicação empresarial: o caso do Centro de Memória e Referência da Aberje

Curtir Compartilhar Tweet

Publicado em 03/01/2011

Gisele Pereira de Souza

Bibliotecária e Mestranda em Ciência da Informação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Coordenadora do Centro de Memória e Referência da Aberje
E-mail: cmr@aberje.com.br

Paulo Nassar

Doutor em Ciências da Comunicação, Professor e Coordenador do curso de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Diretor-Presidente da Aberje
E-mail: paulonassar@usp.br

Resumo: Apresenta o Centro de Memória e Referência da Aberje, seus produtos e serviços diferenciados. Discute a relevância deste tipo de unidade de informação para o campo da Comunicação Empresarial e Organizacional.

Palavras-chave: Comunicação organizacional; Memória empresarial; Centro de documentação

INTRODUÇÃO

Desde que o homem se organizou em sociedade, o conhecimento é valorizado e quem o detém, detém também poderes para além dos já conhecidos poderes econômico e político: detém poder sobre sua vida e sobre suas escolhas. Porém com os avanços científicos e tecnológicos estimulados pelas guerras entre potências mundiais, destacando a 2ª Guerra Mundial, o mundo presenciou um crescimento da quantidade e da complexidade de dados e informações sem semelhança em nenhum período histórico.

Esses dados e informações, até então estratégicas ou mesmo secretas, possuíam conteúdo valioso também para as empresas e para as universidades que o transformariam em potenciais produtos, bens e serviços para a melhoria das condições de vida e até mesmo de consumo da sociedade que se reorganizava após o cessar dos conflitos bélicos globais. Nessa nova configuração mundial surge a necessidade de dar acesso a toda essa informação acumulada, somada à informação que surgia e surgiria.

A tarefa de tornar acessível um acervo crescente de documentos foi apresentada à comunidade científica em um artigo de Vannevar Bush, em 1945, denominado *As we may think*. Nele, o autor identificou o problema do expressivo crescimento da informação e seus registros, principalmente em ciência e tecnologia, apresentando como solução o uso das tecnologias da informação, então em estágio embrionário.

O universo da produção e disseminação do conhecimento aumentou e se diversificou de maneira tão profunda, que as ciências, isoladas em si mesmas, não conseguiam atender a demandas de outras áreas da sociedade e, principalmente, do mercado, situação que levou alguns pesquisadores a procurarem soluções para problemas que as disciplinas acima citadas, não conseguiam elucidar. É nesse momento, de extrema necessidade de seleção, organização, acesso e disseminação dessa magnitude de registros do conhecimento, que o embrião da Ciência da Informação encontra ambiente fecundo para fixar suas raízes.

A Ciência da Informação está inserida na complexa sociedade pós-moderna. Sociedade essa também denominada de pós-industrial, fortemente marcada pelo capitalismo informacional, que confere elevada importância ao acesso à informação e detenção do conhecimento. Inserida na sociedade pós-moderna, que passa por significativas transformações em suas estruturas e relações, está a Aberje – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.

Constituída por profissionais dos principais setores da economia, por acadêmicos, docentes e doutores, além de personalidades com reconhecida atividade nos campos das ciências humanas e sociais, a associação publica livros e revistas, realiza cursos e congressos, bem como outros eventos, visando garantir a função estratégica da Comunicação Empresarial. A Aberje, pioneira na articulação da área da Comunicação empresarial, inova mais uma vez ao perceber que os materiais recebidos por meio de nossa rede de relacionamento são fontes riquíssimas para a sociedade.

O Centro de Memória e Referência da Aberje, ou a sigla CMR Aberje, foi constituído com base nos documentos e materiais bibliográficos acumulados pela Aberje até 2004, ano de início das ações. Inaugurado em 2007, é o único sistema de informação especializado em Comunicação Empresarial da América Latina, com acervo diversificado e adequado tanto às necessidades dos nossos associados, em sua maioria profissionais à procura de atualização e de casos para benchmarking, quanto para a comunidade acadêmica que fundamenta e reestrutura teorias na práxis empresarial.

A união dos campos profissional e científico é defendida pela Aberje em seu discurso e concretizada em seu Centro de Memória e Referência que será apresentado neste relato de experiência. Mesmo com ações a serem implantadas, como um banco de dados para nosso acervo disponível via internet. Entendemos que nosso conhecimento acumulado pode inspirar novas iniciativas e deve contribuir para a construção do conhecimento nos campos da Ciência da Informação e da Comunicação Empresarial e Organizacional.

1 BREVE HISTÓRICO SOBRE A ABERJE

O surgimento da Aberje está intimamente ligado à formalização, consolidação e evolução da comunicação empresarial no Brasil. Em meados da década de 1960, mais precisamente em 1967, um grupo de comunicadores que trabalhavam em empresas resolveu se reunir para discutir os rumos de suas atividades, restritas a publicação e veiculação de boletins, jornais e revistas para os empregados. Estes profissionais perceberam que tinham uma missão maior a cumprir: humanizar e qualificar a comunicação das empresas. Em 8 de outubro de 1967, durante a 1ª Conferência Nacional de Editores de Revistas e Jornais de Empresa, é criada a Aberje, na época, Associação Brasileira de Editores de Revistas e Jornais de Empresa. Na atualidade, expressa um conjunto de entidades, representadas pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, desde 1989, pela Associação Brasileira de Comunicação Organizacional, desde 1998, e pela Associação Brasileira de Branding, a partir de 19 de fevereiro de 2008.

Um dos seus fundadores, o jornalista italiano Nilo Luchetti, então gerente da Pirelli, procurou outros profissionais que, assim como ele, tinham a preocupação de uma maior humanização das relações e de fornecer mais conhecimento técnico aos profissionais. Além de complementar a capacitação profissional para um melhor desempenho de suas funções, Luchetti entendia que deveria fomentar "... junto aos empresários, educados dentro de uma visão racional e conservadora do trabalho, o papel da comunicação como processo integrador" (NASSAR, FURLANETTO & FIGUEIREDO, 2009).

Ainda sobre o perfil de Luchetti temos a colocação da pesquisadora e professora Margarida Kunsch, importante referencial acadêmico dentro do campo das Relações Públicas ao afirmar que "... há que se reconhecer para sempre os méritos de um Nilo Luchetti, incansável e apaixonado defensor dessa causa, e de outros pioneiros que, partindo do nada, vislumbraram o horizonte promissor da comunicação organizacional no Brasil (1997, p.61).

Sob a luz da busca pela excelência em práticas de comunicação empresarial, a Aberje trilhou seu mais de 40 anos. Trouxe ao Brasil especialistas e pesquisadores internacionais, tais como James Gruning, Cees van Riel, Joan Costa, Paul Thompson, Maria Russel e outros que palestram em eventos e cursos da Aberje e produziram conteúdo qualificado para a Revista Comunicação Empresarial, pioneiro e reconhecido periódico da área.

Em 2006, a associação criou o Curso Internacional em Comunicação Empresarial, em parceria com a Universidade de Syracuse, ministrado no Brasil por professores desse renomado centro de conhecimento norte-americano e que conta com um módulo especial realizado em Nova Iorque, com aulas, visitas e palestras para os comunicadores brasileiros.

Na mesma conferência que deu origem à Aberje foi realizada a primeira edição do Prêmio Aberje. Naquele ano de 1967, foram premiados apenas os jornais, revista e publicações internas de empresas, perfazendo três categorias. Em 2010, a 36ª edição do prêmio que reconhece empresas inscritas em cinco regiões, possui 20 categorias. A atuação da Aberje na área de Comunicação empresarial é reconhecida por pesquisadores acadêmicos e por profissionais, sintetizada por Nassar, Janine Ribeiro e Guttila (2007) ao afirmarem que

Há quarenta anos, em alguns cursos da Aberje discutia-se a gramatura do papel. Hoje, o que está em jogo é o nosso papel na dramatura do mundo. A formação do bom profissional que conhece seus métodos, suas técnicas, foi um grande êxito nosso. Nunca houve profissionais de tanta qualidade, nem tanto avanço técnico. Mas o tempo presente nos trouxe questões éticas que não podemos ignorar e que nos interpelam como seres humanos. No drama de nossos dias, que papel nós, comunicadores, vamos assumir, uma vez que somos profissionais capacitados ao mesmo tempo em que simples seres humanos, diante dos grandes desafios sociais, econômicos e ambientais, que são a miséria e o aquecimento global? (2007, p. 5.)

Como exemplo do conceito de Comunicação empresarial, trazemos a definição de Nassar e Figueiredo que a descrevem como

... a somatória de todas as atividades de comunicação da empresa. Elaborada de forma multidisciplinar – a partir de métodos e técnicas de relações públicas, jornalismo, lobby, propaganda, promoções, pesquisa e marketing – e direcionada à sociedade, formadores de opinião, consumidores e colaboradores. Elaboração esta que tem sempre como referência básica o planejamento estratégico da empresa (2006, p.19).

Tal amplitude é também refletida em nosso acervo, que abrange além dos tradicionais materiais bibliográficos livros, periódicos e monografias (teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso) outros documentos derivados da materialização do processo comunicacional, tais como folders de apresentação de empresa ou projetos de empresas, manuais, diretrizes e políticas de comunicação, códigos de conduta e de ética empresarial / profissional, periódicos de caráter interno das empresas, relatórios anuais e outros tantos formatos e conteúdos diversos.

2 UM ESPAÇO MÚLTIPLO - O CENTRO DE MEMÓRIA E REFERÊNCIA

A Aberje em 2004 lançou o livro "Memória de empresa: história e comunicação de mãos dadas a construir o futuro das organizações" sobre a temática da memória empresarial e sua importância no contexto das organizações. A Aberje toma parte no movimento de conscientização das empresas sobre sua história e no mesmo ano dá início a seu programa de memória empresarial. Essa iniciativa está em linha com o pensamento das historiadoras Élide Gagete e Beth Totini (2004, p. 119) ao afirmar que

Muitas empresas perceberam que, diante de tantas transformações, um dos maiores desafios era promover as necessárias mudanças, sem perder a identidade. Por conseqüência, tomavam consciência que sua identidade estava diretamente ligada a sua memória, aos processos que vivenciaram, aos erros e acertos, às inovações, superações, derrotas e vitórias que marcaram a sua trajetória histórica.

O projeto de resgate histórico da trajetória da Aberje surge então com o objetivo inicial de identificar, selecionar, organizar e acondicionar a documentação acumulada pela associação durante seus 37 anos de existência e registrar a história da empresa e sua atuação na sociedade. O tratamento da documentação arquivística revelou documentos diversos, livros e uma infinidade de tipos e modelos de publicações, guias, manuais e políticas de comunicação que possuíam uma riqueza informacional única.

A pesquisa realizada no momento do início do projeto indicou que não havia no Brasil um espaço que reunisse visões científicas e profissionais do campo da Comunicação Empresarial e Organizacional. Não tínhamos modelo a seguir. O que ao mesmo tempo é um empecilho mostra-se desafiador ao instituir algo inédito e necessário. Surge então o embrião do Centro de Memória e Referência da Aberje.

Por contar com recursos físicos, humanos, materiais e financeiros reduzidos optou-se por reunir física ou virtualmente somente os materiais e documentos necessários para a cobertura do campo da Comunicação Empresarial e Organizacional. Documentos únicos, históricos, de baixa tiragem e distribuição, estratégicos e representativos também estão presentes em nosso acervo por sermos, em muitos casos, a instituição que deve salvaguardar essa parte da memória da Comunicação Organizacional no país. restação de serviços de disseminação do conhecimento em comunicação, relacionamento e áreas complementares e pela gestão de documentos e informações de interesse histórico referentes à associação" (ABERJE, 2007, p.01).

O setor nasce juntamente com seu principal documento, norteador de nossas ações e investimentos; a Política de Gestão. Nela estão contidos os princípios que regem nossa atividade, nossa razão de existir. Foi construída em linha com os princípios, Visão, Missão e Valores da Aberje, e está alicerçada no pilar Gestão do Conhecimento, que, aliado a Educação, Reconhecimento e Relacionamento, constitui a base sólida de nosso posicionamento.

Tem por objetivo "Ser fonte informacional especializada, em âmbito nacional e internacional para os associados, comunidade acadêmica, imprensa, órgãos governamentais, colaboradores e professores ABERJE e sociedade em geral" (ABERJE, 2007, p.01).

O CMR Aberje é composto pelo Arquivo Histórico da Aberje que integra registros textuais, audiovisuais, fotográficos e museológicos, além de depoimentos, que registram a existência da associação e seu importante papel na sociedade, e a Biblioteca de Referência que possui livros, periódicos, monografias, revistas internas e externas de empresas, relatórios anuais e documentos diversos para referência de profissionais ou estudantes/pesquisadores.

Os documentos, em suportes físicos ou virtuais, que compõem o Arquivo Histórico recebem tratamento seguindo teorias, normas e práticas arquivísticas e seu conteúdo reflete organicamente a associação. Esses documentos foram fontes imprescindíveis para que pudéssemos reconstruir a trajetória da instituição e fornecer subsídios para a comemoração dos 40 anos da Aberje, em 2007, produzindo conteúdos para diversas publicações internas e externas, entre elas teses, dissertações e livros sobre a história da Comunicação Organizacional no país.

Além do tratamento dos documentos históricos, outra atribuição do setor é prover os colaboradores da associação de informações pertinentes sobre a trajetória da instituição. Somos consultados sobre históricos de eventos, cursos e ações que aconteceram há 10 anos ou no mês passado. Para isso mantemos uma cronologia histórica com fatos e fontes que devem ser registradas, além de produzir compilações de informações para fins específicos, tais como o registro de todos os membros da diretoria e conselhos desde a fundação da associação, levantamento de palestrantes e temas de congressos e cursos, e outros.

A linha de acervo para o arquivo histórico também prevê o recebimento de acervos pessoais de ex-diretores e ex-colaboradores da Aberje e personalidades do campo da Comunicação Organizacional que sejam de relevância para o desenvolvimento da área e necessitam de um local que os preserve, devido à sua importância histórica.

O acervo da Biblioteca de Referência é composto por diversos tipos de materiais e documentos que constam em nossa política de aquisição e tem foco em temas fundamentais pertinentes à trajetória da área de comunicação e da ABERJE, contemplando Comunicação empresarial, organizacional, corporativa e institucional, Memória Empresarial, Administração, Jornalismo, Marketing, Relações Públicas e temas de interesse, como ética, marca, sustentabilidade, responsabilidade socioambiental e outros.

Além de livros e periódicos, materiais comumente encontrados em bibliotecas, reunimos e disponibilizamos jornais e revistas internas e externas, políticas de comunicação, manuais de aplicação de marca, códigos de conduta e ética, relatórios anuais e de sustentabilidade, balanços sociais e uma gama de outras publicações internas e externas de organizações que são fonte de pesquisa para pesquisadores e profissionais.

A biblioteca também abrange a guarda, organização e provém o acesso aos trabalhos vencedores do Prêmio Aberje. A cada edição da premiação, cerca de 70 projetos, dos mais de 300 inscritos, são avaliados por um júri composto por acadêmicos e profissionais renomados na área e premiados pela associação. Estão contidas nesses trabalhos ações, ideias e iniciativas pertinentes e inovadoras e que podem ser replicadas em outros contextos. Devido ao conteúdo ser produzido por terceiros, não é permitida a reprodução por fotocópias ou fotografias. Tal fato assegura o direito do autor, mas em parte restringe nosso trabalho ao passo que a consulta só é realizada localmente.

Nosso acervo é constantemente atualizado por meio de pesquisas direcionadas, incorporação de novos registros, aquisição de publicações e desenvolvimento de produtos e serviços. Nossos associados nos enviam grande parte das publicações que recebemos, acompanhadas de doações da nossa diretoria. Essa atitude gera benefícios mútuos: para o associado, que se torna referência para práticas profissionais e estudos acadêmicos, e para a Aberje que mantém um acervo atualizado com recursos reduzidos, podendo investir em outras frentes.

Atendemos prioritariamente os associados da Aberje, nossos colaboradores, professores dos cursos Aberje e membros dos conselhos. A Aberje investe e estimula a aprendizagem contínua de seus colaboradores, que encontram no CMR uma fonte para suas pesquisas e trabalhos acadêmicos.

A comunidade acadêmica é atendida por nós. Sabemos das dificuldades encontradas por pesquisadores e estudantes em encontrar peças e ações empresariais para consulta e fonte, e o acervo da Aberje tem sido referência para muitos trabalhos. Participantes de cursos e eventos da Aberje que são de outros estados antecipam a vinda ou postergam o retorno para conhecer e consultar o acervo.

Atendemos também profissionais e empresas não associadas à Aberje de uma forma diferenciada. Estes são convidados a conhecer nosso espaço e as potencialidades de uso de nossos serviços e acervo, porém sem acesso as fontes de fato.

Os atendimentos são realizados por telefone, e-mail e presencialmente. Por telefone, sanamos dúvidas pontuais que, em geral, podem ser resolvidas com a consulta a sites na internet ou direcionamento a outras instituições. Como temos associados em diversas regiões do país, realizamos o atendimento por e-mail enviando referências bibliográficas, endereços de sites e de documentos disponíveis na internet sobre a temática solicitada. Esse serviço é muito requisitado também por estudantes e pesquisadores, até mesmo de São Paulo.

E presencialmente oferecemos a consulta a todo o acervo, que é agendada previamente. O usuário nos envia sua solicitação e selecionamos em nosso acervo os documentos que podem ser de seu interesse. Os livros e parte dos periódicos ficam à disposição para consulta (acervo aberto) e o restante dos materiais é separado previamente pela equipe do CMR. Por não permitimos a reprodução analógica ou digital de obras e atender a muitos profissionais que precisam aproveitar ao máximo o tempo fora da empresa, a prévia seleção permite um uso mais racional do tempo.

Essa medida garante maior controle sobre a coleção que é composta de itens únicos, produzidos em baixa tiragem e/ou de difícil aquisição. Temos que lembrar que lidamos com documentos produzidos por empresas, em muitos casos, para seu uso interno e que contêm dados e informações que caracterizam seu produtor, expõem suas políticas, suas diretrizes e sua cultura. Ao ter conhecimento de que uma empresa produziu um documento que seria interessante para nosso acervo, entramos em contato solicitando o material e não poucas vezes temos o pedido negado alegando confidencialidade, restrição de acesso e até gestão da imagem do produtor.

Visando a construção de uma rede informacional, o CMR mantém contato com bibliotecas e centros de documentação, informação ou referência e outros públicos de interesse, como forma de estreitar os relacionamentos. Somos contatados por empresas que querem realizar projetos de memória empresarial e visitam o CMR para conhecer as potencialidades desse tipo de iniciativa.

O setor é responsável pelo envio de publicações produzidas pela Aberje Editorial para bibliotecas de faculdades e universidades. Todo o processo de solicitação de ISBN e ficha catalográfica para as publicações da Aberje é gerenciado pelo CMR, que, ao ter ciência de toda produção intelectual da instituição realiza o depósito legal na Biblioteca Nacional e envia também para a Biblioteca do Congresso Americano, Library of Congress.

A seção Monografias no site da Aberje é gerenciada pelo CMR que recebe os trabalhos e registra as entradas principais para busca em nosso site, possibilitando a recuperação do documento digital original.

Nossas atividades são diversificadas e abrangem, além das rotinas internas de trabalho do setor, etapas de processos de trabalho de outros setores, permitindo maior integração e reconhecimento de nossa importância para a associação.

Como próximos projetos e ações, temos a digitalização de coleções dos periódicos da Aberje e de outros documentos de nosso acervo histórico, implantação de software para gestão total do acervo, força-tarefa para tratamento da documentação histórica acumulada, campanha para recolhimento e/ou referenciação de documentos para o acervo histórico, disponibilização de nosso catálogo na internet, reorganização funcional e hierárquica, juntamente com a equipe de TI, dos repositórios virtuais de documentos eletrônicos da associação e outros.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Da década de 1960 até os dias atuais o mundo mudou. A sociedade mudou. E o homem, agente ativo e passivo dessa transformação, também mudou. Muitas das mudanças ocorridas no cenário da comunicação empresarial e organizacional foram antecipadas e debatidas pela Aberje, sempre com o objetivo de discutir, promover e fortalecer a Comunicação Empresarial.

O aprendizado contínuo aliado ao conhecimento das práticas excelentes em comunicação são os meios para o comunicador exercer suas funções em tempos de transição. E a Aberje está presente neste cenário, seja promovendo cursos de

capacitação que abrangem diversos níveis de aprofundamento de conteúdo, direcionados tanto para os anseios práticos dos iniciantes, como para as reflexões complexas dos gestores mais experientes.

Seja editando livros que apresentam aspectos da comunicação empresarial e organizacional em empresas e instituições, entremeados com capítulos teóricos que embasam e reforçam as escolhas e aplicações de tais ações, ao produzirem ininterruptamente, desde 1991, a Revista Comunicação Empresarial que traz a cada edição as realizações, novidades e tendências do campo no Brasil e no exterior.

Seja reconhecendo as melhores práticas em comunicação, por meio do Prêmio Aberje que tem como missão "Fortalecer a visão estratégica da comunicação de empresas e instituições por meio do estímulo, do reconhecimento e da divulgação de esforços e de iniciativas na área da comunicação e dos relacionamentos" (ABERJE, 2010).

Seja divulgando e facilitando o acesso a fontes de informação, a instituições ou pessoas que possuem o conhecimento teórico e/ou prático e pode ser compartilhado para assim fortalecer o papel estratégico do comunicador e dos campos profissional e científico da Comunicação Empresarial e Organizacional.

A divulgação das práticas de comunicação empresarial passa necessariamente por sua identificação, organização e recuperação. Porém é fundamental que identifiquemos o usuário, seu nível acadêmico e profissional, bem como suas necessidades de informação. Sabemos que um estudante de graduação, ao produzir um trabalho para uma disciplina, necessita de um aprofundamento de conteúdo menor e dispõe de menos tempo para consultar os documentos que um mestrando ou pesquisador. Da mesma forma um profissional que tem a demanda de construir uma política de comunicação, irá buscar referências teóricas e aplicadas que fornecerão subsídios e "dicas" para o modelo que irá desenvolver para sua organização.

No CMR Aberje aplicamos na íntegra as 5 Leis da Biblioteconomia ao entender que: 1) os veículos de comunicação e outros materiais produzidos pelas empresas também são documentos, e devem ser organizados visando seu uso; 2) cada usuário deve receber o material adequado às suas necessidades informacionais; 3) os trabalhos vencedores do Prêmio Aberje são fonte riquíssima de práticas excelentes em comunicação e seu uso pode ser potencializado por profissionais e pesquisadores acadêmicos; 4) o atendimento personalizado, agendado com antecedência, otimiza a consulta ao material pré-selecionado; e, 5) nosso crescimento deve acompanhar as tendências da área de comunicação, focando nossos investimentos em acervos e iniciativas alinhadas a nossa política de gestão.

Copyright CRB-8 Digital, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 18-28, dez. 2010

VERSÃO EM PDF

REFERÊNCIAS

ABERJE. **Política de gestão do Centro de Memória e Referência Aberje**. São Paulo: set. 2007.

ABERJE. **Regulamento Prêmio Aberje 36ª edição**. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.premioaberje.com.br/regulamento.asp>> Acesso em: 04 ago. 2010

BUSH, W. As we may think. **The Atlantic Monthly**, v.176, n.1, jul. 1945. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush>> Acesso em: 12 jul. 2010.

GAGETE, Éliada e TOTINI, Beth. **Memória empresarial: uma análise da sua evolução**. In: NASSAR, Paulo (org.) Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo: ABERJE, 2004.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

NASSAR, Paulo; FURLANETTO, Mateus; FIGUEIREDO, Suzel. A trajetória da Comunicação Organizacional brasileira. 2009. In: **Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Abrapcorp**, 3, 2009, São Paulo, SP. Anais (on-line). São Paulo: Abrapcorp, 2009. Disponível: <<http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/>> Acesso em: 20 maio 2010.

NASSAR, Paulo; JANINE RIBEIRO, Renato e GUTTILLA, Rodolfo Witzig. (org.) **A Comunicação organizacional frente ao seu tempo: missão, visão e valores ABERJE**. São Paulo: ABERJE Editorial, 2007. Disponível em: <http://www.aberje.com.br/novo/editorial/Documentos_ABERJE1.pdf> Acesso em 20 maio 2010.

Os artigos aqui apresentados não necessariamente refletem a opinião da Aberje e seu conteúdo é de exclusiva responsabilidade do autor, 1433

[Indique esta coluna](#)

[voltar](#)

0 comentários

Classificar por **Mais antigos**



Adicionar um comentário...

Facebook Comments Plugin

[Outras colunas de Paulo Nassar](#)

23/02/2016 - A hora de construir o diálogo

10/02/2016 - A importância da comunicação nas organizações

18/01/2016 - Dialogar para liderar: um programa para 2016

05/11/2015 - O país da ilusão

18/08/2015 - Chacinas, atalho para o fascismo

Veja todas as colunas de Paulo Nassar

O primeiro portal da Comunicação Empresarial Brasileira - Desde 1996

[Sobre a Aberje](#) | [Cursos](#) | [Eventos](#) | [Comitês](#) | [Prêmio](#) | [Associe-se](#) | [Diretoria](#) | [Fale conosco](#)

Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial ©1967 Todos os direitos reservados.
Rua Amália de Noronha, 151 - 6º andar - São Paulo/SP - (11) 5627-9090

