

V CBEO - Curitiba



V CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS
Curitiba-PR - Brasil

ESTRATÉGIA COMO PRÁTICA E A ABORDAGEM BASEADA NA LINGUAGEM: UMA ANÁLISE SISTEMÁTICA DOS ARTIGOS PUBLICADOS ENTRE 2010-2018 NA WEB OF SCIENCE

Jéssica Cristina Ceni (UFPR) - jeh_jcc@hotmail.com

Graduado em Administração pela Universidade Estadual do Centro-oeste com extensão universitária na Universidade do Algarve em Portugal. Mestre em Administração pela UFPR na linha de estratégia e análise organizacional. Atualmente doutoranda na UFPR.

Rodrigo Seefeld (UFPR) - rodrigoseefeld@gmail.com

Graduado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em 2010. Atualmente é aluno da linha de Estratégia e Análise Organizacional do Mestrado em Administração da Universidade Federal do Paraná, com previsão de titulação em 2019.

Estratégia como Prática e a abordagem baseada na linguagem: Uma Análise sistemática dos artigos publicados entre 2010-2018 na *Web of Science*

RESUMO

Considerando que as organizações são constituídas e moldadas por meio da linguagem, o seguinte artigo tem como objetivo, a partir de uma pesquisa bibliográfica, averiguar os estudos realizados nos últimos 8 anos relacionados à estratégia como prática social (SAP) pela abordagem da linguagem, levando em consideração os temas de pesquisas mais frequentes e lacunas de pesquisa. No que tange a metodologia, o artigo se caracteriza por uma pesquisa bibliográfica com a utilização da revisão sistemática para a seleção e análise dos artigos. A pesquisa dos artigos se deu por meio da base de dados internacional *Web of Science*, sendo que 32 artigos foram selecionados e analisados 32 foram analisados. Em suma, a perspectiva da SAP aliada a uma visão baseada na linguagem se caracteriza como um campo ainda em crescimento e bastante frutífero para pesquisas futuras. Verificou-se que a maior parte das pesquisas tem por base direcionamentos teóricos, epistemológicos e metodológicos, evidenciando assim a necessidade de amadurecimento do campo. Em consonância, as pesquisas empíricas encontradas investigam apenas um nível de análise, e, portanto, demonstram a necessidade de estudos multiníveis ou de estudos que reconheçam a existência para além do nível de análise pesquisado.

Palavras-chave: Estratégia como prática, linguagem, discurso, narrativas, *storytelling*.

INTRODUÇÃO

A virada prática, ou o *practice turn* se afirma como a redescoberta da importância das práticas sociais. Redescoberta, pois, conforme menciona Nicolini (2012), durante toda trajetória humana existiram discussões relacionadas à prática – o fazer – como, por exemplo, a práxis de Aristóteles. Entretanto, houve um período de rebaixamento da prática em virtude da supremacia da contemplação e dos aspectos religiosos no mundo ocidental. Dito isso, foi apenas no século XX que os pressupostos aristotélicos são redescobertos, e a prática novamente passa a ser o foco de interesse (NICOLINI, 2012).

Ao trazer a redescoberta da prática aos estudos organizacionais, Czarniawska (2015) reitera que a “virada prática” se coloca como um convite aos pesquisadores à maior preocupação com o que os sujeitos realizam *in situ* e por um enfoque além dos métodos ou modelos que não possuem implicações diretas com a realidade. Dessa maneira, surge no campo, pela influência do viés sociológico e pela necessidade de avançar os estudos tradicionais em estratégia, pesquisas baseadas na estratégia como uma prática social (WHITTINGTON, 1996).

À vista disso, a perspectiva da estratégia como prática (SAP) vem situar a estratégia não só como um composto de ferramentas ou algo que a organização possui, mas sim que ela é constituída pelas relações sociais e pelas formas de como os indivíduos firmam a realidade, produzindo e reproduzindo seu contexto. Assim, por meio da prática social, permeada pelos significados compartilhados, que a estratégia é realizada (WHITTINGTON, 2006; JARZABKOWSKI, BALOGUN, SEIDL, 2007; VAARA, WHITTINGTON, 2009).

Portanto, ao se reconhecer a estratégia como uma prática social, torna-se essencial evidenciar a linguagem como constituidora dessa realidade, em razão de que sem ela a prática social não figura como palpável e, por conseguinte, se torna impossível de ser apreendida. Em outras palavras, a linguagem se constitui como um fundamento ontológico, pois, fora do seu âmbito a estratégia como prática seria ineficaz (MANTERE, 2013; BALOGUN, JACOBS, JARZABKOWSKI, MANTERE, VAARA, 2014; COOREN, BENCHERKI, CHAPUT, VÁSQUEZ, 2015).

Diante do exposto, este trabalho tem como objetivo, a partir de uma pesquisa bibliográfica, averiguar os estudos realizados nos últimos 8 anos relacionados à estratégia como prática social (SAP) pela abordagem da linguagem, levando em consideração os temas de pesquisas mais frequentes e lacunas de pesquisa. Utilizou-se a revisão sistemática para a seleção dos artigos e análise. Para isso, o artigo está estruturado em 5 partes: a primeira sendo essa introdução; em seguida, o quadro teórico que vem tratar da teoria da SAP, seus elementos centrais e conceitos fundamentais relacionados às pesquisas pautadas na linguagem; na sequência, a terceira parte aborda a metodologia e os passos adotados, por conseguinte, a quarta parte, se assenta sobre a discussão dos resultados da pesquisa bibliográfica, em que procura analisar e explorar as pesquisas a partir de 3 seções: SAP e discurso; SAP, narrativas e *storytelling* e; SAP comunicação, por fim, as considerações finais.

A ESTRATÉGIA COMO PRÁTICA SOCIAL E A VIRADA LINGUÍSTICA

A perspectiva da estratégia como prática vem evidenciar *strategizing*¹. Isso se traduz no olhar da perspectiva que repousa seu olhar sobre as interações e conseqüentemente, no estabelecimento das relações sociais que produzem e reproduzem a estratégia organizacional. Dessa maneira, é por meio das práticas sociais, transposta pelos significados compartilhados,

¹ Enquanto “a estratégia apresenta-se como uma atividade situada e atingida socialmente, o *strategizing* comprime as ações, interações, negociações dos múltiplos atores e as práticas situadas em que eles se baseiam para realizar determinada atividade” (JARZABKOWSKI; BALOGUN; SEIDL, 2007, p. 7-8).

que a estratégia se torna realidade (WHITTINGTON, 2006; JARZABKOWSKI, BALOGUN, SEIDL, 2007; JARZABKOWSKI, SPEE, 2009; VAARA, WHITTINGTON, 2009).

Alicerçado sobre tal pressuposto, é essencial compreender o que é a prática social, uma vez que esta figura como um dos elementos centrais na constituição da perspectiva. Nesse sentido, Reckwitz (2002)² baseado em autores pós-humanistas, busca frisar aspectos tratados nas diversas linhas de pensamento relacionadas à prática, e conclui que a prática social é representada pelos padrões de comportamento, permeados pelas conexões de diversos elementos uns aos outros, como por exemplo, o desenrolar das atividades corporais e mentais, a materialidade e como esta é utilizada e permeia o social, o know-how, e, por fim, os estados emocionais e motivacionais dos indivíduos.

Em outras palavras, as práticas “são um jeito rotineiro no qual os corpos se movem, objetos são lidados, assuntos são tratados, coisas descritas e o mundo compreendido” (RECKWITZ, 2002, p.250). Além disso, no que se refere às práticas, estas se localizam imersas na práxis, isto é, nas representações da ação humana como um todo, e por conseguinte, são realizadas pelos indivíduos, caracterizados, pelos praticantes (RECKWITZ, 2002). Em suma, o *framework* da perspectiva da SAP se situa ao redor desses elementos: práxis, práticas e praticantes.

À vista disso, a interconectividade entre os elementos que definem a SAP é evidenciada no trabalho seminal de Whittington (2006), o qual busca integrar os níveis de análise intra e extra organizacional, com base nos três elementos centrais da teoria. Para o autor é o praticante, caracterizados pelos atores que realizam a atividade da estratégia, que figura como crucial na conexão entre os níveis intra e extra, evidenciando a recursividade entre as práticas e as práxis.

Todavia, Whittington (1996) argumenta que para que se complete a virada prática, ou seja, que todo seu potencial seja exaurido, deve-se capturar um amplo contexto de como a prática social se desenrola, como consequência, se pontua a necessidade de se observar além de apenas um nível de análise. Tendo isso em vista, uma solução à questão levantada pelo autor, além do *framework* desenvolvido, está sobre a virada linguística (SEIDL, WHITTINGTON, 2014), tendo em vista que a prática social, por si só, é um fenômeno multinível.

² Existe o reconhecimento da vertente de estudos que abordam o framework da SAP a partir a teoria da atividade. Todavia, neste trabalho “práticas” e “práticas sociais” correspondem ao mesmo conceito baseado em Reckwitz (2002), e, portanto, se diferem do termo práxis.

Nesse contexto, a virada linguística busca compreender, baseada em uma abordagem interdisciplinar, o fenômeno do *strategizing* para além das visões simplistas da estratégia, como por exemplo, a dicotomia processo/conteúdo ou formulação/implantação. Em consonância, essa busca também ocorre à perspectiva da SAP, ao observar a estratégia como uma prática social (VAARA; 2010; MANTERE; 2013).

Sobretudo, a virada linguística vem situar a linguagem como fundamento ontológico na construção da realidade. Em outras palavras, isso se traduz pelo argumento de que são por meios das interações sociais, permeadas por todo tipo de linguagem – falada, material ou simbólica – que a realidade é constituída. Assim, ao passo que a estratégia é produzida e reproduzida pelas práticas sociais, é por meio da linguagem que ela se torna factível (MANTERE, 2013; BALOGUN, JACOBS, JARZABKOWSKI, MANTERE, VAARA, 2014; COOREN, BENCHERKI, CHAPUT, VÁSQUEZ, 2015).

Com tal posicionamento em vista e para uma apreensão ampla do fenômeno da SAP, a visão baseada na linguagem possibilita a análise e o reconhecimento de todos os níveis de análise e suas interconexões. Conforme Vaara (2010) elucida, por exemplo, o potencial da análise discursiva na compreensão aprofundada e ampla da estratégia, tanto como fenômeno social como também com o enfoque sobre as práticas e atividades associadas ao contexto organizacional.

Nesse sentido, a análise discursiva proposta por Vaara (2010) esclarece como uma visão baseada na linguagem possibilita a interconexão e apreensão dos três níveis de análise: o nível meta, relacionado à estratégia como um corpo de conhecimento, aonde sua captação se dá por meio das análises dos discursos constituídos nas estruturas sociais e, por conseguinte, o nível meso, que se relaciona às narrativas da estratégia organizacional, pontuando questões como polifonia – isto é, a existência de diversas vozes e tons – e a dialogicidade - que representa a existência dos diversos tipos específicos de narrativas que coexistem, e por fim, o nível micro, caracterizado pelas análises de conversação, tendo como foco questões como a retórica, e as táticas presentes no *strategizing*.

Outra proposta é encontrada no trabalho de Mantere (2013) sob as influências da tradição de pensamento de Wittgenstein. O argumento do trabalho se assenta na estratégia organizacional como um jogo de linguagem que integra comunicação e ação. Nesse sentido, à medida que o praticante faz a estratégia acontecer, isto é, joga o jogo da linguagem, acarreta a necessidade do falar e agir de maneira significativa, interposta pelas regras socialmente compartilhadas. É com base nesse pressuposto, que os jogos de linguagem regulam as práticas sociais.

Além das abordagens que buscam a compreensão ampla do fenômeno da SAP e que apresentam uma análise multinível, há aquelas que visam uma abordagem com enfoque em apenas um nível de análise. Ao que refere nesse aspecto, é essencial entender a virada da narrativa incorporada às pesquisas da SAP, e conceitos essenciais – que fundamentam as diversas pesquisas do gênero – como **narrativa** e *sensemaking*, **discurso** e *sensegiving*, *storytelling* (GABRIEL, 2004; FENTON, LANGLEY, 2011; CZARNIAWSKA, 2014; PHILLIPS, OSWICK, 2012).

Dessa maneira, a estratégia organizacional em sua grande parte se constitui na forma de fala, texto e conversa. Como resultado, a virada narrativa ciosoante à virada linguística traz a ideia de que são por meios das narrativas que se compreende como a organização se constitui (DE LA VILLE; MOUNOUD; 2015). Assim, as narrativas são vistas como uma forma de compartilhar significados durante a elaboração da atividade estratégica (FENTON, LANGLEY, 2011).

Nessa lógica, as narrativas representam as diversas versões dos acontecimentos que constituem um determinado contexto, e que são estabelecidas por meio das representações e interpretações dos indivíduos perante suas experiências (CZARNIAWSKA, 2011). Ao passo que as narrativas se constroem, estas se fundamentam em cadeias temporais (*emplotment*) de eventos ou ações inter-relacionadas executadas por personagens (GABRIEL, 2004).

Em consonância, a análise de narrativa, e dada à sua conexão na construção de sentido, é comum a sua aproximação ao trabalho de Weick (1995) que elucida o *sensemaking* – processo que envolve o fazer sentido retrospectivo do que as pessoas estão fazendo. Para o autor, a construção de sentidos é intrínseca à vida em sociedade e presente nas práticas e no meio organizacional. Em outras palavras, tendo em consideração que a realidade organizacional não se solidifica como pré-definida ou imóvel, esta se assenta sobre as interações sociais em que as pessoas buscam produzir e reproduzir significados. Além disso, Vaara et al. (2016) complementa em relação as narrativas organizacionais, que estas são construtos temporais que fornecem meios para o *sensemaking* e o *sensegiving* individual, social e organizacional.

Além dos processos de *sensemaking*, ao olhar para as organizações e ao fenômeno da estratégia como prática, é vital compreender o que é o *sensegiving* e sua inter-relação, por exemplo, ao discurso. A priori, o termo “discurso” pode gerar dois tipos de significado, por um lado representa a linguagem falada de modo geral, e por outro, pode se referir a um conjunto de ideias, como por exemplo, o “discurso da democracia” (PHILLIPS, OSWICK, 2012).

No que se refere aos estudos organizacionais, o discurso surge como uma área importante de análise. Conforme Phillips e Oswick (2012) ressaltam que essa vertente busca explorar as formas nas quais as ideias são socialmente produzidas e como o mundo vem a ser (*into being*) por meio do discurso. Sendo assim, o objetivo da análise discursiva se repousa sobre o entendimento do nível macro de análise e sua recursividade aos níveis meso e micro (VAARA, 2010).

Isso posto, são por meio dos discursos que o *sensegiving* acontece. Ao passo que o discurso enfatiza o mundo socialmente construído por meio de conjuntos estruturados de textos – que incluem documentos escritos, atos de fala, figuras, imagens e símbolos – este gera sentidos e maneiras de interpretar a realidade (PHILLIPS, OSWICK, 2012). Da mesma forma, o *sensegiving* - termo cunhado por Gioia e Cittipedi (1991) – descreve os processos de influência sobre a construção de significados.

Em sequência, outro elemento presente nas pesquisas da SAP alicerçadas sobre a linguagem, situa-se o *storytelling* ou as histórias. Utilizado até mesmo como uma estratégia organizacional (KÜPERS, MANTERE, SATLER, 2012), o *storytelling* sempre esteve presente nas atividades humanas. Afinal, as histórias dispõem o poder de persuadir, informar e criar engajamento. Tanto que nas organizações, isso não poderia ser diferente, já que comumente os diversos objetivos, heróis, histórias e informações organizacionais são comunicados via histórias (KENT, 2015).

As histórias são mediadas por meio de temas, personagens e trama específicos. Esses elementos vêm estruturar as experiências, seja no meio organizacional ou societal (KÜPERS, MANTERE, SATLER, 2012). Especialmente no meio organizacional, os indivíduos são capazes através das narrativas e histórias moldar padrões e a própria identidade da organização. Além disso, o contar história se interliga aos processos de dar sentido (*sensegiving*), já que estas expressam valores, emoções e significados, geralmente trazendo quadros de referência aos membros organizacionais (DAILEY; BROWNING, 2004; ROULEAU, 2005) Baseado em tal pressuposto, que as histórias são tidas como práticas estratégicas.

Em suma, os métodos linguísticos de análise expressam a premissa básica de que todas as organizações são linguisticamente criadas e moldadas. Dessa forma, é essencial, para ampliar a compreensão e análise do fenômeno da estratégia como prática, a utilização da gama disponível de análises baseadas na linguagem.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa possui uma abordagem qualitativa de natureza descritiva (GODOI; BALSANI, 2010). Sendo assim, é resultado de uma pesquisa bibliográfica referente aos trabalhos fundamentados pela perspectiva da estratégia como prática social e pela abordagem baseada na linguagem no período de 2010-2018. A pesquisa bibliográfica se caracteriza pelo levantamento dos trabalhos realizados em uma área de interesse, considerando determinada base de dado que dispõe artigos, livros, teses, entre outros documentos (MARKONI; LAKATOS, 2007).

Stake (2010) ressalta que ao passo que o pesquisador verifica o estado da arte e revisa a literatura disponível em relação ao tema de interesse, este tem a possibilidade de refinar um problema de pesquisa almejado, mapear os conceitos centrais e a forma como estes vêm sendo utilizados, verificar a representatividade do tema e descobrir possíveis lacunas de pesquisa.

Para a seleção dos artigos utilizou-se a revisão sistemática de literatura (PETTICREW; ROBERTS, 2008), que “é um método de investigação científica com um processo rigoroso e explícito para identificar, selecionar, coletar dados, analisar e descrever as contribuições relevantes à pesquisa (FERENHOF; FERNANDES, 2016, p. 551). Nesse sentido, após a delimitação do problema de pesquisa e revisão de literatura (GALVÃO; PEREIRA, 2014), A coleta dos artigos se desenvolveu pela base de dados internacional *Web of Science*. Foram feitas 10 pesquisas, as quais tiveram diferentes termos de busca conforme o quadro 1. Mesmo com um número alto de artigos por busca, houve quantia expressiva de artigos duplicados.

Quadro1. Termos de buscas da pesquisa bibliográfica

Termos pesquisados	Artigos encontrados
Tópico: (<i>Strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>Language</i>)	45
Tópico: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>narrativ*</i>)	46
Título: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>discourse</i>)	22
Tópico: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>translation</i>)	23
Tópico: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>communication</i>)	72
Tópico: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>interpretative</i>)	25
Tópico: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>discursive practice</i>)	59
Tópico: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>sensemaking</i>)	70
Tópico: (<i>strategy as practice</i>) AND Tópico: (<i>storytelling</i>)	14

Após exclusão dos artigos duplicados, foi feita uma leitura do título, resumo e das palavras-chave para verificação da pertinência dos artigos ao tema estratégia como prática junto à abordagem baseada na linguagem. Ao final, 32 artigos foram considerados adequados para análise, conforme disposto no Apêndice 1. Cabe ressaltar que foram encontrados artigos publicados em 2017 e 2018. No entanto, após a leitura dos resumos, verificou-se que nenhuns atendiam ao propósito desta pesquisa, isto é abordavam a perspectiva da estratégia como prática junto a uma abordagem baseada na linguagem, e, portanto, foram descartados da análise.

A análise dos artigos encontrados objetivou, sobretudo, apresentar as principais contribuições ao campo de estudos da estratégia como prática sob a perspectiva da linguagem, evidenciando as lacunas e possibilidades de pesquisas futuras em cada uma das três categorias apontadas: estratégia como prática e discurso; estratégia como prática, narrativa e *storytelling*, e estratégia como prática e comunicação. Mueller, Damacena e Vaz (2018), em adição, destacam que a revisão sistemática é oriunda da percepção de que o campo pode ser engrandecido ao se evidenciar a necessidade de futuros esforços de pesquisa. A seguir, apresentam-se os resultados da presente pesquisa.

SAP E ABORDAGEM BASEADA NA LINGUAGEM: UMA ANÁLISE SISTEMÁTICA

A perspectiva da SAP proporciona a compreensão de como o *strategizing* – fazer estratégico – é possibilitado ou restringido pelas práticas sociais e organizacionais. Tendo isso em vista, Vaara e Whittington (2012), por meio de um artigo teórico, buscam ressaltar a importância das pesquisas relacionadas à perspectiva, como também evidenciar a necessidade de que os olhares dos pesquisadores se voltem à prática social.

Nesse contexto, tendo em vista a pluralidade das pesquisas que abrangem a estratégia como prática social pela abordagem da linguagem, os resultados estão divididos em três seções: estratégia como prática e discurso; estratégia como prática, narrativa e *storytelling*, e por fim, estratégia como prática e comunicação.

Estratégia como Prática e Discurso

Os estudos que abordam a perspectiva da estratégia como prática e o discurso enfatizam a necessidade de pesquisas multiníveis (SUOMINEM; MANTERE; 2010; VAARA; 2010; PHILLIPS; OSWICK; 2012; BALOGUN et al.; 2014; JAYNES; 2015), e evidenciam o potencial da abordagem pós-estruturalista (EZZAMEL; WILLMOTT; 2010, DICK; COLLINGS; 2014) da análise histórica discursiva (CLARKE; KWON; WODAK; 2012) e da análise crítica do discurso (PHILLIPS; OSWICK; 2012; JAYNES; 2015). Ademais, alguns temas de interesse se caracterizam na estratégia como prática discursiva (KOHNERBERGER; CLEGG; 2011); na reciprocidade entre as práticas discursivas e o conhecimento institucionalizado da estratégia (SUOMINEM; MANTERE; 2010); o poder (KOHNERBERGER; CLEGG; 2011; DICK; COLLINGS; 2014), e na mudança estratégica (JANSSON; 2013; JAYNES; 2015).

Com base nesses aspectos, Philips e Oswick (2012) ao averiguarem a virada linguística nas ciências sociais, mencionam o discurso organizacional como área de pesquisa relevante ao campo de estudos de gestão e organizações. Tendo isso em vista, os autores pontuam a necessidade de pesquisas que avancem além de um único nível ou método de análise, conforme propõem a análise crítica do discurso – que possibilita conectar textos locais (que englobam documentos escritos, atos de fala, figuras, imagens, símbolos) às práticas sociais mais amplas - e a inclusão dos aspectos relacionados à sociomaterialidade.

Em consonância, Balogun et al. (2014) ao realizar uma revisão de literatura das pesquisas baseadas no discurso, pontuam seis abordagens divergentes utilizadas: pós-estruturalista; análise crítica do discurso; narrativas; retórica; análise de conversação e metáfora. Aqui, uma abordagem pertinente aos estudos da SAP é a análise crítica do discurso, devido possibilitar a apreensão multinível do fenômeno da estratégia como prática. Sendo possível, em virtude da abordagem, evidenciar o contexto.

A título de exemplo, jaz o estudo de Jaynes (2015), que realizou uma pesquisa com os praticantes estratégicos em um banco. Tendo como ponto de partida a análise crítica do discurso e a tradição de pensamento de Fairclough, o autor parte da ideia de que o discurso é central da produção e na mudança das práticas sociais. À vista disso, a contribuição do artigo está em demonstrar a natureza interdiscursiva durante da mudança estratégica ao relacionar os diferentes níveis de discurso que se entrelaçam ao contexto organizacional e situacional.

Outro estudo que busca a apreensão de mais de um nível de análise é o de Suominem e Mantere (2010). Tendo como objetivo capturar a reciprocidade entre as práticas discursivas

dos gestores individuais e o corpo de conhecimento institucionalizado da estratégia, os autores identificam o consumo, por parte dos praticantes de estratégia – de quatro macrodiscursos: o militarista, mecanicista, humanista e espiritual. Além disso, foram detectadas duas práticas discursivas de consumo: a “(re)produção” e o “uso”, indicando que o consumo é algo que inclui tanto a produção como o uso da estratégia.

Por conseguinte, além da abordagem multinível, há estudos baseados sobre a abordagem pós-estruturalista – ao enfatizar o papel central do discurso como base de conhecimento e poder. Nesse sentido, Ezzamel e Willmott (2010, p. 102) esclarecem como essa perspectiva auxilia no estudo da estratégia, em virtude, desta averiguar e chamar a atenção a como o “discurso constitui, disciplina e legitima formas particulares de conhecimento organizacional (a estratégia); de práticas de gestão (*strategizing*); e de identidade executiva (o estrategista)”.

Por conseguinte, ao que refere a essa abordagem, Dick e Collings (2014, p. 1513), investigam, por meio de uma pesquisa empírica, o aspecto do poder no estudo da estratégia como discurso. Em suma, os autores expõem a “instabilidade inerente e a contingência do discurso estratégico à medida que este é usado para construir e conciliar relatos contraditórios de sucesso e fracasso corporativo, como também, a subjetividade do praticante”.

Sob outra perspectiva e baseados no pressuposto da estratégia como prática discursiva, Kohnberger e Clegg (2011) investigaram por dois anos o processo de *strategizing* na elaboração do documento estratégico referente do projeto “Sustainable Sydney 2030”. O objetivo do artigo foi averiguar a relação entre a estratégia como prática e os efeitos de poder relacionados. Em relação a isso, o artigo resulta em algumas contribuições ao campo, sendo: a) o *strategizing* como algo performativo – a prática estratégia como transformadora, na busca de mudar a percepção e perspectivas dos atores envolvidos; b) o *strategizing* à ser compreendido como um desempenho estético, isto é, possui diversos estilos e linguagem própria; e, c) a estratégia como uma prática sociopolítica que visa mobilizar pessoas, gerar vontades políticas e legitimar decisões.

Por fim, em relação à compreensão da mudança organizacional como prática, Jansson (2013), por meio de um ensaio teórico, averigua os discursos que permeiam as interações e às práticas sociais. O autor conclui que alguns elementos tidos como universais em momentos de mudança, são de fato, particulares ao contexto, sendo então a mudança mais uma particularidade do que generalidade. Ademais, um ponto crucial do ensaio está em evidenciar a necessidade de estudos que verifiquem questões como o poder, contexto e particularidades na perspectiva da SAP.

Estratégia como Prática, Narrativa e *Storytelling*

As pesquisas fundamentadas sobre a estratégia como prática, narrativas e/ou *storytelling* evidenciam o nível meso de análise (VAARA; SONENSHEIN; BOJE; 2016); direcionamentos para pesquisa futura (FENTON; LANGLEY; 2011; BROWN; THOMPSON, 2013; VAARA; SONENSHEIN; BOJE; 2016), e como a narrativa é trazida aos estudos em estratégia (FENTON; LANGLEY; 2011; VAARA; SONENSHEIN; BOJE; 2016). Além disso, alguns temas pesquisados buscam compreender o consumo dos discursos e ideias – especialmente as táticas de resistência que permeiam as narrativas organizacionais (SUOMINEM; MANTERE; 2010; CORBETT-ETCHEVERS; MOUNOUD; 2011); a mudança e estabilidade organizacional (KÜPERS; MANTERE; STATLER; 2013; LANDAU; DRORI; TERJESSEN; 2014; VAARA; SONENSHEIN; BOJE; 2016); e a compreensão da narrativa e o *storytelling* como uma prática estratégica (KÜPERS, MANTERE, STATLER; 2013; LANDAU; DRORI; TERJESSEN; 2014).

Por conseguinte, no que se refere à SAP, e tendo em vista os elementos que a compõem - práxis, praticantes e as práticas - Fenton e Langley (2011), ancorados sobre a virada narrativa, propõem um quarto elemento ao framework da teoria: o texto estratégico. O argumento dos autores se assenta no pressuposto que os textos desempenham um papel mediador significativo na prática da estratégia enquanto produtora de narrativas em si mesma. Além disso, no que refere a esse aspecto, Czarniawska (2011) complementa que olhar para as narrativas é uma forma de compreender a organização.

Nesse contexto, Fenton e Langley (2011) elucidam que o modo narrativo de análise tem como foco os elementos que constituem a narrativa, tais como a sua sequência, seu enredo e seus personagens – presentes na conversação, documentos e textos organizacionais – que vão de encontro ao que a organização é ou que virá a ser. Tendo isso em vista, os autores buscam esclarecer de que forma a perspectiva pode ser rica na análise da práxis, práticas, praticantes e, por fim, os textos estratégicos.

Em contrapartida, outra vertente de estudos vêm considerar a narrativa e o *storytelling* como uma prática estratégica, conforme Küpers, Mantere e Statler (2013) apresentam uma investigação fenomenológica das práticas de *storytelling* no fazer estratégico de uma empresa de tecnologia, ao passo que esta se reinventa por causa de um período de sucesso seguido de declínio. A contribuição do artigo repousa sobre o potencial da fenomenologia nos estudos de narrativas e *storytelling*, tendo em vista que essa epistemologia é capaz de enquadrar a

experiência narrativa em um contexto que envolve a interconexão entre pessoas, culturas, ambientes e objetos.

Ademais, sob o mesmo pressuposto, Landau, Drori e Terjessen (2014) realizaram um estudo empírico de 10 anos em um laboratório de pesquisa e desenvolvimento. O objetivo da pesquisa foi compreender a mudança organizacional a partir de uma análise narrativa com os praticantes de estratégia. Os autores verificaram o papel das narrativas em referência à legitimação e justificativa da mudança organizacional. A conclusão foi que em períodos de mudança a prática estratégica é permeada por dialogismos e polifonia narrativa.

Por conseguinte, outro enfoque de investigação se assenta sobre o consumo dos discursos e ideias organizacionais. Conforme Cobertt-Etchevers e Mounoud (2011) partem do argumento que o consumo das ideias e dos discursos nunca jaz como passivo, ou seja, os atores organizacionais apresentam táticas de resistência por meio das narrativas. Nesse sentido, a partir de uma análise etnográfica de 20 anos em uma companhia multinacional, os autores estabelecem um *framework* direcionado à análise narrativa, cujo objetivo, é auxiliar os pesquisadores no estabelecimento de uma visão integrada frente ao consumo dos discursos e ideias organizacionais em estudos futuros.

Outro aspecto que permeia esse campo está nas diferentes abordagens narratológicas. Nesse contexto, Vaara, Sonenschein e Boje (2016) mencionam três tipos de abordagens: realista, pós-estruturalista e interpretativista. Nesse sentido, a abordagem realista coloca a narrativa como dado de pesquisa a fim de auxiliar no entendimento e análise de outro fenômeno. Em sequência, a abordagem pós-estruturalista se direciona a análise mais crítica, tendo como enfoque, por exemplo, a resistência no consumo dos discursos por parte dos atores e, por fim, a abordagem interpretativista, que pontua o papel da narrativa na construção dos fenômenos organizacionais, sendo a própria narrativa constitutiva da realidade organizacional.

Além disso, Brown e Thompson (2013) ressaltam que as perspectivas narratológicas situam-se como bastante frutíferas nos estudos da área da estratégia e da perspectiva da SAP. À vista disso, os autores propõem alguns apontamentos que são necessários na realização de pesquisas futuras: 1) humanizar a pesquisa em estratégia - a partir do enfoque nos atores sociais, considerado estes como *homo fabulans* - essencialmente um animal contador de histórias - e como *homo narrans* - contadores e intérpretes de narrativas; 2) lidar com a ambiguidade - considerando as situações múltiplas e que geram interpretações contraditórias; 3) considerar adequadamente a polifonia - já que as organizações consistem em vozes múltiplas e à vista disso, o pesquisador deve averiguar a natureza heteroglossia das práticas

estratégicas; 4) Compreender resultados – tendo em vistas as narrativas como versões da realidade; e por fim, 5) Sensibilidade às questões do poder – tendo em vista que a estratégia sempre está de alguma forma conectada ao conceito.

Estratégia como Prática e Comunicação

Com base no pressuposto que a comunicação constitui o *organizing* e que a organização é trazida à realidade por meio da fala (*talked into being*) (COOREN et al., 2011; TAYLOR, 2011; DOOLIN; GRANT; THOMAS; 2013), os estudos que buscam compreender a estratégia como prática social baseados nos processos de comunicação se direcionam ao entendimento da mudança organizacional (DOOLIN; GRANT; THOMAS; 2013; WHITTLE et al., 2015; ARNAUD et al, 2016) e aos processos de *sensemaking* e *sensegiving* (MEYER et al., 2013; SCHEPIS, PURCHASE, ELLIS, 2014; CIUK, JAMES, 2015; GARREAU, MOURICOU, GRIMAND, 2015). Além disso, parte das pesquisas procuram evidenciar o papel das representações visuais e da sociomaterialidade na prática estratégica (COOREN et al, 2011; TAYLOR, 2011; HUANG, BAPTISTA, GALLIERS, 2013; MEYER et al, 2013; JARZABKOWSKI et al, 2015; GARREAU, MOURICOU, GRIMAND, 2015), e, ademais, outro ponto abordado teoricamente é a linguagem como um recurso estratégico (SANDEN, 2016).

Haja vista tal cenário de pesquisa, uma perspectiva que se manifesta como frutífera aos estudos da estratégia como prática é a “comunicação como constitutiva da organização” (CCO), proposta por Cooren et al. (2011). A perspectiva vem de encontro aos anseios da virada prática e linguística nos estudos das ciências sociais, em virtude desta propor a averiguação de todas as formas de comunicação e linguagem – facial, textual, tons de voz, roupas, disposição corporal, layout e arquitetura – que permeiam as práticas sociais e organizacionais. Do mesmo modo, Taylor (2011) vem esclarecer alguns pontos que a CCO pode contribuir aos estudos da SAP, como por exemplo, o potencial para análise do discurso e linguagem; e, ainda, a tradução dos objetos materiais para linguagem, isto é, na compreensão de como materialidade se faz presente nas interações e na agência humana.

Em sequência, outra vertente de estudos avança para a mudança organizacional e no entendimento de como esta se traduz e é compreendida na prática estratégica. Nesse âmbito, ao trazer a mudança como tradução, o artigo teórico de Doolin et al. (2013) argumenta que são por meio das práticas discursivas que a organização cria um quadro de referência que a define. Em consonância, foram realizados dois estudos empíricos relacionados. Um deles,

partindo de uma etnometodologia – baseada na análise de conversação e no imbricamento da materialidade – explorou o papel das práticas de categorização nos períodos de mudança (WHITTLE et al., 2015), a conclusão foi que os praticantes procuram, por meio dos processos de *sensemaking* e *sensegiving*, criar quadros de referências que justifiquem aquele período. Já o segundo estudo, realizado em um banco na França com os *middle managers* averiguou um resultado similar, porém nesse contexto, os gestores traduziam a mudança de forma que fizesse sentido aos trabalhadores da organização (ARNAUD et al., 2016).

Por conseguinte, em uma pesquisa empírica, Ciuk e James (2015) evidenciam a capacidade de interpretação e o fazer sentido por parte dos praticantes de estratégia, ao analisar um grupo de gestores na tradução de valores corporativos do polonês ao inglês. Em sequência, outro estudo empírico é o de Schepis, Purchase e Ellis (2014) que exploram os processos de construção sentido por parte dos praticantes em relação ao posicionamento da organização frente às redes de negócios.

Em conclusão, outra dimensão presente nos estudos da SAP é a visual. Os estudos dessa vertente buscam compreender o imbricamento da sociomaterialidade – em especial a tecnologia – nas práticas retóricas (HUANG, BAPTISTA, GALLIERS, 2013); os processos de tradução e construção de significados sobre os aspectos sociomateriais (MEYER et al., 2013); a manipulação entre os recursos materiais, corporais e discursivos na prática estratégica (JARZABKOWSKI et al., 2015); e papel representações visuais nos processos de *sensemaking* e *sensegiving* GARREAU et al., 2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi a partir da virada linguística e narrativa que a linguagem toma um papel crucial nos estudos organizacionais e nas ciências sociais, e assim, os métodos linguísticos empregados colocam a organização como criada e moldada linguisticamente (PHILLIPS; OSWICK; 2012). Nesse sentido, existe atualmente um enfoque maior sobre toda gama disponível de análises baseadas na linguagem, tal como análise do discurso e as abordagens narratológicas.

Em consonância com a virada linguística, a virada prática nos estudos organizacionais coloca no centro a perspectiva da estratégia como prática, que vai contra o pensamento da estratégia como apenas algo que a organização tem, mas também como algo que a organização realiza. Em outras palavras, a perspectiva, ao pontuar a estratégia como uma

prática social, reitera que a estratégia é constituída pelas relações sociais, permeadas pela linguagem, na medida em que os atores vêm produzir e reproduzir seu contexto.

Desse modo, o artigo averiguou a partir de uma pesquisa bibliográfica, os estudos realizados no período de 2010 a 2018 relacionados à estratégia como prática social (SAP) pela abordagem da linguagem, levando em consideração os temas de pesquisas mais frequentes. Por fim, salientam-se algumas lacunas de pesquisas. Foi observado que o campo de estudos ainda está em desenvolvimento, em virtude da grande parte dos trabalhos serem teóricos, e pelo motivo de abordarem direcionamentos de perspectivas teóricas, metodológicas e epistemológicas, o que evidência a falta de maturidade para as pesquisas empíricas e de trabalhos realizados. Conforme se observa que os trabalhos empíricos focam apenas um nível de análise e não apresentam temas em comum, dando espaço a pluralidade no campo de estudo analisado.

Outra questão relacionada as lacunas de pesquisa, Vaara e Whittington (2012) ao evidenciarem a necessidade de que o olhar dos pesquisadores se volte à prática social, estes propõem alguns direcionamentos, tal como: 1) o reconhecimento de que ao realizar uma prática social o praticante se encontra dentro de uma rede de práticas; 2) reconhecimento da natureza macro-institucional das práticas; 3) sobre focar a atenção na emergência do fazer estratégico; 4) na análise de como a materialidade importa; 5) e na promoção de análises críticas.

Observa-se que os autores reforçam a necessidade de pesquisas fundamentados sobre a linguagem, não só a linguagem manifestada pela fala, mas também a linguagem simbólica presente em artefatos e o espaço físico, por exemplo. Além disso, uma forma que viabiliza observar esses aspectos é a partir de abordagens baseadas na comunicação, tradução, narrativas e discurso.

Em suma, a via de estudos abordada figura como muito frutífera aos estudos de estratégia, tendo em vista que esta abordagem ainda está em desenvolvimento e, portanto, existem muitas oportunidades de pesquisa. É necessário que os pesquisadores avancem teoricamente, metodologicamente e epistemologicamente para que todo potencial da virada prática e linguística seja exaurido.

REFERÊNCIAS

BALOGUN, J.; JACOBS, C.; JARZABKOWSKI, P.; MANTERE, S.; VAARA, E. Placing Strategy Discourse in Context: Sociomateriality, Sensemaking, and Power. **Journal of Management Studies**, v. 51, n.2, p.175-201, 2014.

BROWN, S. D. Michel Serres. Science, translation and the logic of the parasite. **Theory, Culture & Society**, v. 19. n.3, p. 1–27, 2002.

CALLON, M. Struggles to define what is problematic and what is not: The sociologic of translation. In: KNORR, K. D.; KROHN, R., WHITLEY, R. (Eds.). **The social process of scientific investigation: Sociology of the Sciences**, v. IV, 1980.

CZARNIAWSKA, B. Narrating organization studies. **Narrative Inquiry**, v. 21. n.2. p.337-344, 2011.

CZARNIAWSKA, B. After practice: a personal reflection. **Nordic journal of working life studies**, v. 5, n.3, p. 105-114, 2015.

COOREN, F.; BENCHERKI, N.; CHAPUT, M.; VÁSQUEZ, C. The communicative constitution of strategy-making: exploring fleeting moments of strategy. In: GOLSORKHI, D.; ROULEAU, L.; SEIDL, D.; VAARA, E. (Eds.). **Cambridge Handbook of Strategy as Practice**. Cambridge et. al.: Cambridge University Press, 2015.

DE LA VILLE, V.; MOUNOUD, E. A narrative approach to strategy as practice: strategy making from texts and narratives. EM: Golsorkhi, D.; Rouleau, L.; Seidl, D.; & Vaara, E. (eds.). **Cambridge Handbook of Strategy as Practice – 2st Edition**. Cambridge et. al.: Cambridge University Press, 2015.

DAILEY, S.; BROWNING, L. Retelling Stories in Organizations: Understanding the Functions of Narrative Repetition. **Academy of Management Review**, v. 38, n.1, 2004, p. 22-43.

FENTON, C.; LANGLEY, A. Strategy as practice and the narrative turn. **Organization Studies**, v. 32, n. 9, p. 1171-1196, 2011.

FERENHOF, H. A.; FERNANDES, R. F. Desmistificando a revisão de literatura como base para redação científica: método SFF. **Revista ACB**, v. 21, n. 3, p. 550-563, 2016.

GABRIEL, Y. Narratives, stories, texts. In: GRANT, D.; HARDY, C.; OSWICK, C.; PUTMAN, L. L. **The Sage Handbook of Organizational Discourse**. London, Sage, 2004.

GALVÃO, T. F.; PEREIRA, M. G. Revisões sistemáticas da literatura: passos para sua elaboração. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 23, p. 183-184, 2014.

GIOIA, D. A.; CHITTIPEDDI, K. Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation. **Strategic Management Journal**, v. 12, 1991.

GODOI, C. K.; BALSINI, C. P. V. A pesquisa qualitativa nos estudos organizacionais brasileiros: uma análise bibliométrica. Em: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (orgs). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

JARZABKOWSKI, P.; BALOGUN, J.; SEIDL, D. Strategizing: The challenges of a practice perspective. **Human Relations**, v. 60, n. 1, p. 5-27, 2007.

JARZABKOWSKI, P. SPEE, A. P. Strategy-as-practice: a review and future directions for the Field. **International Journal of Management Reviews**. v. 11, n.1, p. 69-95, 2009.

KENT, Michael L. The power of storytelling in public relations: Introducing the 20 master plots. **Public Relations Review**, n. 41, 2015.

KÜPERS, W.; MANTERE, S.; STATLER, M. Strategy as Storytelling: A phenomenological collaboration. **Journal for Management Inquiry** , v. 21, n. 3, p. 1-18, 2012.

LATOUR, Bruno. **Reassembling the social: An introduction to Actor-Network-Theory**. Oxford University Press, 2005.

MANTERE, S. What Is Organizational Strategy? A Language-Based View. **Journal of Management Studies**, v. 50, n. 8, p. 1408-1426, 2013.

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MILES, M. B.; HUBERMAN, A. M.; SALDAÑA, J. **Qualitative Data Analysis: A methods Sourcebook**. ARIZONA: Sage Publications, 2014.

MUELLER, A.; DAMACENA, C.; VAZ, F. V. Dissonância cognitiva e consumo sustentável: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 18, n. 1, p. 171-196, 2018.

NICOLINI, D. **Practice theory, work and organization: an introduction**. London: Oxford University Press, 2012.

PETTICREW, M.; ROBERTS, H. **Systematic reviews in the social sciences: A practical guide**. John Wiley & Sons, 2008.

PHILLIPS, N.; OSWICK, C. Organizational Discourse: domains, debates, and directions. **The Academy of Management Annals**, v. 6. n. 1. p. 435-481, 2012.

RECKWITZ, A. Toward a theory of social practices. **European Journal of Social Theory**, v. 5, n. 2, p. 243–263, 2002.

ROULEAU, L. Micro-practices of strategic sensemaking and sensegiving: how middle managers interpret and sell change every Day. **Journal of Management Studies**, v. 42, n. 7, 2005.

SEIDL, D.; WHITTINGTON, R. Enlarging the Strategy-as-Practice Research Agenda: Towards Taller and Flatter Ontologies. **Organization Studies**, v. 35, n. 10, p. 1407-1421, 2014.

STAKE, R. E. **Qualitative Research: Studying how things work**. Nova York: The Guilford Press, 2010.

VAARA, E. Taking the linguistic turn seriously: strategy as a multifaceted and interdiscursive phenomenon. **Advances in Strategy Management**, v. 27, p. 29-50, 2010.

VAARA, E.; SONENSHEIN, S.; BOJE, D. Narratives as Sources of Stability and Change in Organizations: Approaches and Directions for Future Research. **The Academy of Management Annals**, *forthcoming*, 2016.

VAARA, E.; WHITTINGTON, R. Strategy-as-Practice: Taking Social Practices Seriously. **The Academy of Management Annals**, v. 6, n. 1, p. 285-336, 2012.

WEICK, K. E. **Sensemaking in Organizations: Foundations for Organizational Science**. London: Sage Publications, 1995.

WHITTINGTON, R. Completing the practice turn in strategy research. **Organization Studies**, v. 27, n. 5, p. 613-634, 2006.

APÊNDICE 1. Artigos da pesquisa bibliográfica

2010
1.EZZAMEL, M.; WILLMOTT, H. Strategy and Strategizing: A Poststructuralist Perspective. Advances in Strategic Management , v. 27, p. 75-109, 2010.
2.SUOMINEN, K.; MANTERE, S. Consuming Strategy: The Art and Practice of Managers' everyday Strategy Usage. Advances in Strategic Management , v. 27, p. 211-245, 2010.
3.VAARA, E. Taking the Linguistic Turn Seriously: Strategy as a Multifaceted and Interdiscursive Phenomenon. Advances in Strategic Management , v. 27, p. 29-50, 2010.
2011
4.COOREN, F.; KUHN, T.; CORNELISSEN, J. P.; CLARK, T. Communication, Organizing and Organization: An Overview and Introduction to the Special Issue. Organization Studies , v. 32, n. 9, p. 1149-1170, 2011.
5.CORBETT-ETCHEVERS, I., MOUNOUD, E. A narrative framework for management ideas: Disclosing the plots of knowledge management in a multinational company. Management Learning , v. 42, n. 2, p. 165-181, 2011.
6.CZARNIAWSKA, B. Narrating organization studies. Narrative Inquiry , v. 21. n. 2. p. 337-344, 2011.
7.FENTON, C.; LANGLEY, A. Strategy as Practice and The Narrative Turn. Organization Studies , v. 32, n. 9, p. 1171-1196, 2011.
8.KOHNBERGER, M.; CLEGG, S. Strategy as Performative practice: The case of Sydney 2030. Strategic Organization . v. 9, n. 2, p. 136-162, 2011.
9.TAYLOR, J. R. Organization as an (Imbricated) Configuring of Transactions. Organization Studies , v. 32, n. 9, p. 1273-1294, 2011.
2012

10. CLARKE, I.; KWON, W.; WODAK, R. A Context-Sensitive Approach to Analysing Talk in Strategy Meetings. British Journal of Management , v. 23, p. 455-473, 2012.
11. PHILLIPS, N.; OSWICK, C. Organizational Discourse: domains, debates, and directions. The Academy of Management Annals , v. 6, n. 1, p. 435-481, 2012.
12. VAARA, E.; WHITTINGTON, R. Strategy-as-Practice: Taking Social Practices Seriously. The Academy of Management Annals , v. 6, n. 1, p. 285-336, 2012.
2013
13. BROWN, A. D.; THOMPSON, E. R. A narrative Approach to Strategy-as-Practice. Business History , v. 55, n. 7, p. 1143-1167, 2013.
14. DOOLIN, B.; GRANT, D.; THOMAS, R. Translating Translation and Change: Discourse-Based Approaches. Journal of Change Management , v. 13, n. 3, p. 251-265, 2013.
15. HUANG, J.; BAPTISTA, J.; GALLIERS, R. D. Reconceptualizing rhetorical practices in organizations: The impact of social media on internal communications. Information & Management , v. 50, p. 112-124, 2013.
16. JANSSON, N. Organization change as practice: a critical analysis. Journal of Organizational Change , v. 26, n. 6, p. 1003-1019, 2013.
17. KÜPERS, W.; MANTERE, S.; STATLER, M. Strategy as Storytelling: A Phenomenological Collaboration. Journal of Management Inquiry , v. 22, n. 1, p. 83-100, 2013.
18. MEYER, R. E.; HÖLLERER, M. A.; JANCSARY, D.; LEEUWEN, T. V. The visual dimension in organizing, organization, and organizational research: core ideas, current developments, and promising avenues. The Academy of Management Annals , v. 7, n. 1, p. 489-555, 2013.
2014
19. BALOGUN, J.; JACOBS, C.; JARZABKOWSKI, P.; MANTERE, S.; VAARA, E. Placing Strategy Discourse in Context: Sociomateriality, Sensemaking, and Power. Journal of Management Studies , v. 51, p. 175-201, 2014.
20. DICK, P.; COLLINGS, D. G. Discipline and punish? Strategy Discourse. Senior Manager Subjectivity and Contradictory Power Effects , v. 67, n. 12, p. 1513-1536, 2014.
21. LANDAU, D.; DRORI, I.; TERJESSEN, S. Multiple Legitimacy narratives and planned organizational change. Human Relations , v. 67, n. 11, p. 1321-1345, 2014.
22. SCHEPIS, D.; PURCHASE, S.; ELLIS, N. Network position and Identity: A language-Based perspective on Strategizing. Industrial Marketing management , v. 43, n. 4, p. 582-591, 2014.
2015
23. CIUK, S.; JAMES, P. Interlingual translation and the transfer of value-infused practices: Na in-depth qualitative exploration. Management Learning , v. 46, n. 5, p. 565-581, 2015.
24. JARZABKOWSKI, P.; BURKE, G.; SPEE, P. Constructing Spaces for Strategic Work: A Multimodal Perspective. British Journal of Management , v. 26, p. s26-s47, 2015.
25. JAYNES, S. Making strategic change: a critical discourse analysis. Journal of Organizational Change Management , v. 28, p. 97-116, 2015.
26. GARREAU, L.; MOURICOU, P.; GRIMAND, A. Drawing on the Map: An Exploration of Strategic Sensemaking/Giving Practices using Visual Representations. British Journal of Management , v. 26, p. 689-712, 2015.
27. WHITTLE, A.; HOUSLEY, W.; GILCHRIST, A.; MUELLER, F.; LENNEY, P. Category predication Work, discursive leadership and strategic sensemaking. Human Relations , v. 68, n. 3, p. 377-407, 2015.
2016

- | |
|--|
| 28. ARNAUD, N.; MILLS, C. E.; LEGRAND, C.; MATON, E. Materializing Strategy in Mundane Tools: the Key to Coupling Global Strategy and Local strategy Practice? British Journal of Management , v. 27, p. 38-57, 2016. |
| 29. JARZABKOWSKI, P.; KAPLAN, S.; SEIDL, D.; WHITTINGTON, R. On the risk of studying practices in isolation: Linking what, who, and how in strategy research. Strategic Organization , v. 14, n. 3, p. 248-259, 2016. |
| 30. VAARA, E.; SONENSHEIN, S.; BOJE, D. Narratives as Sources of Stability and Change in Organizations: Approaches and Directions for Future Research. The Academy of Management Annals , <i>forthcoming</i> , 2016. |
| 31. VAARA, E.; LAMBERG, J. A. Taking historical embeddedness seriously: Three historical approaches to advance strategy process and practice research. Academy of Management Review , v. 41, n. 4, p. 633-657, 2016. |
| 32. SANDEN, G. R. Language: The sharpest tool in the business strategy toolbox. Corporate Communications: An Internacional Journal , v. 21, n. 3, p. 274-288, 2016. |