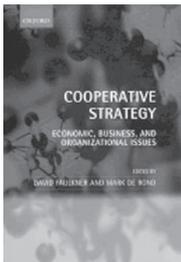




PÓS-MODERNIDADE E ETNOGRAFIA NAS ORGANIZAÇÕES. De Neusa Rolita Cavedon e Jorge Francisco Bertinetti Lengler (Orgs.). Santa Cruz do Sul: Editora Edunisc, 2005. 195 p. ISBN: 8575781014.

A obra é uma coletânea de textos diferenciados sobre a dinâmica organizacional. Objetiva-se desconstruir a realidade, através do método etnográfico e da visão pós-moderna. O resultado são análises que cobrem desde um shopping center a uma escola para crianças cegas, passando pelas histórias em quadrinhos, entre outros temas. O livro contribui para a teoria organizacional, pois desvenda aspectos inexplorados nas organizações brasileiras e traz à tona metodologias inovadoras e pertinentes (Nota por Mariana Mayumi P. de Souza - PET/FACE/UFMG).



COOPERATIVE STRATEGY – Economic, Business and Organizational Issues. De David Faulkner e Mark De Rond. Padsown: Oxford University Press. 2001. 416 p. ISBN: 0198296894.

A obra compreende artigos abrangendo as principais problemáticas associadas à formação de alianças tais como as transações, o processo de aprendizagem e o contexto das redes em que elas se constituem. O estudo diferencia-se de outros trabalhos pela sistematização dos artigos em função das dimensões processuais e comportamentais do fenômeno da aliança. Ao final, os autores propõem uma agenda para o estudo dessas relações, apresentam os principais problemas metodológicos e fazem sugestões de pesquisas futuras (Nota por Carlos Gabriel Eggert Boehs – CEPPAD/UFPR).



WINNING THROUGH INNOVATION: a Practical Guide to Leading Organizational Change and Renewal. De Michael L. Tushman e Charles A. O'Reilly III. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation, 2002. 257 p.

ISBN: 1578518210.

A obra ressalta a importância da organização ambidestra, ou seja, aquela que consegue competir nos mercados atuais e aproveita as oportunidades futuras. O alinhamento entre estratégia, estrutura, sistemas, pessoas e cultura garante o sucesso presente e não necessariamente o futuro. Para resolver este paradoxo, os autores apresentam um modelo de congruência que é útil para entender a causa de problemas organizacionais e preparar a organização através da constante mudança e inovação (Nota por Péricles José Pires – CEPPAD/UFPR).



A REINVENÇÃO DO BAZAR: uma História dos Mercados. De John McMillan. Tradução de Sergio Goes de Paula. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2005. 264 p. ISBN: 8571108218.

O livro aborda vários assuntos: do “secular bazar do Oriente Médio” ao lucrativo comércio da *Internet*, do mercado de flores à quebra de patentes dos medicamentos anti-retrovirais. O autor discute ainda, aspectos da Economia planificada vs Mercado, biotecnologia, cotas de poluição e ética no mundo dos negócios. Por fim, faz uma análise da importância dos mercados e de seus limites, reconhecendo a pobreza global como um deles (Nota por Ari de Souza Soares – CEPEAD/UFMG).

