

# Apresentação

O campo das ciências da comunicação no Brasil ganha agora um periódico científico de duas áreas que se aglutinam e se encontram em pleno florescimento tanto no meio acadêmico como no mercado profissional.

**Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas** pretende ser um meio de comunicação capaz de reunir os grandes temas contemporâneos dessas áreas estudados na universidade e, ao mesmo tempo, tornar-se um instrumento interativo com o mercado e a sociedade. Democratizar os novos conhecimentos gerados e contribuir para o debate técnico-científico da comunicação nas organizações constitui outra proposta básica desta publicação.

A universidade tem a obrigação de ser vanguarda e ajudar nas transformações sociais. O mercado da Comunicação Organizacional caminhou muito sozinho e sem o respaldo conceitual que fundamenta o fazer e o instrumental do dia-a-dia. Algo que, em princípio, não ocorre com as outras áreas do conhecimento.

A Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) é uma exceção neste contexto, no panorama nacional e internacional, sobretudo na América Latina. Foi a primeira escola de comunicação do Brasil a criar, em 1967, um curso superior de Relações Públicas e, em 1972, a pós-graduação em ciências da comunicação, onde sempre contemplou em suas linhas de pesquisa essas áreas. Coube a ela, também, o pioneirismo de formar os primeiros mestres e doutores em Relações Públicas e Comunicação Organizacional. As primeiras obras brasileiras de professores desta Escola – Cândido Teobaldo de Souza Andrade (Relações Públicas) e Francisco Gaudêncio Torquato do Rego (Jornalismo Empresarial e Comunicação Empresarial) – resultaram de teses aqui defendidas.

A ECA constitui, ainda hoje, o maior centro de pós-graduação em ciências da comunicação no Brasil, tendo formado inúmeros professores, pesquisadores e profissionais. Nas áreas específicas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, ela também é destaque, detendo o seu programa o maior número de dissertações de mestrado e teses de doutorado já defendidas.

Outra iniciativa importante do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da ECA foi a criação do curso de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas – Gestcorp, em nível de pós-graduação – especialização (lato sensu), em 1999, que tem permitido uma maior integração de nossa Escola com a so-

cidade. O objetivo principal é formar estrategistas e gestores da Comunicação Organizacional com ampla visão da sociedade e de suas interações com as ciências da comunicação e, desse modo, trazer para o debate científico-acadêmico os profissionais do mercado que sentem necessidade de embasamento teórico para a prática de suas atividades.

O lançamento da revista *Organicom* vem coroar todas essas iniciativas e marcar mais uma vez a liderança da ECA-USP, ao oferecer à sociedade um periódico de cunho científico de abrangência nacional e internacional. Seu conselho editorial congrega nomes que vêm contribuindo para configurar a identidade dessas áreas e consolidá-las como campo acadêmico de estudos. Estas especialidades nem sempre são compreendidas e valorizadas pelos pesquisadores, muitos dos quais são vistos como instrumentos práticos de comunicação, desconhecendo todo o conhecimento já acumulado e a existência de teorias em construção e já reconhecidas internacionalmente.

Esta revista está vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP e ao Gestcorp. Com periodicidade semestral, envolve a contribuição de estudiosos e especialistas brasileiros e de outros países. Acreditamos que devemos dialogar e debater com os interlocutores empenhados nessa causa em nível internacional. Afinal, o conhecimento é universal e a ciência não tem fronteiras.

Além disso, vivemos numa sociedade global onde as organizações passam a ser valorizadas e cobradas por públicos cada vez mais exigentes e por uma opinião pública mais vigilante. Além do uso de estratégias comunicacionais, da técnica e de instrumentos, os agentes responsáveis e os executivos não podem dar o conta de sua missão. Eles devem ter o suporte de fundamentos e de conceitos para compreender os fenômenos organizacionais e sociais cada vez mais complexos.

O nome da revista foi escolhido por representar com precisão sua visão, sua missão e seus objetivos. A palavra grega “*organicom*” tem a conotação de “melodioso, harmonioso”, expressando a função primeira da publicação, de funcionar como um canal de integração entre a academia e o mercado, colaborando para eliminar desencontros tanto de linguagem quanto de conceitos.

Nesse sentido, a própria associação do termo com o adjetivo português “orgânico” remete ao mesmo sentimento, o de algo que trabalha com complexidade orgânica, assimilando informações de diversas partes de um conjunto para a consecução de um objetivo único, como num organismo vivo. Acreditamos ser assim que devem funcionar as organizações e os esforços de comunicação com seus públicos. Além disso, “*organicom*” remete, foneticamente, ao conceito de “comunicação organizacional”, campo que representa o foco da publicação.

Cada edição de *Organicom* deverá contar com uma seção representada por um dossiê com textos sobre um mesmo tema, na tentativa de trazer novas contribuições

para o debate de assuntos contemporâneos que devem ser equacionados tanto pela academia como pelo mercado. Pretendemos também dar espaço a artigos resultantes de pesquisa empírica, como um estímulo para que se realizem mais estudos aplicados sobre a prática comunicacional. No Brasil são poucos os trabalhos dessa natureza. E, como se sabe, as teorias são construídas a partir da sistematização das práticas e das reflexões críticas dos pesquisadores. A pesquisa realizada na ECA, com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), sobre “A função das Relações Públicas e a prática comunicacional nas organizações”, um ponto de partida nesta direção. Ela sinaliza que ainda carecemos, nas estruturas organizacionais, de uma identidade mais definida, que seja assimilada e adotada de fato.

Para a concretização deste projeto, foi decisiva a participação efetiva de três alunos do Gestcorp - Cyro Augusto Pachicoski Couto (relações públicas), Leandro Orsolini Duarte (publicitário) e Paulo Celestino da Costa, filho (jornalista) - de nossa assistente Rosângela Zomignan, de Luiz Alberto de Farias, nosso orientando de doutorado e professor do Curso de Relações Públicas da ECA e de Tânia Maria dos Santos. Lançado o desafio de produzir uma revista científica com essas características, toda a sua concepção editorial e gráfica foi discutida de forma participativa pela equipe, em um processo longo de amadurecimento. Foi um processo longo de amadurecimento e mesmo de buscas de apoio para viabilizar institucional e financeiramente o projeto.

Dois grandes empresas, por meio de seus diretores de comunicação corporativa, Marcio Polidoro, da Odebrecht, e Elisa Prado, da Vivo, por sua visão de futuro e pela dimensão estratégica que vêm dando à comunicação nas suas vivências profissionais, perceberam a importância deste produto editorial e resolveram nos dar o seu valioso apoio. A eles, o nosso reconhecimento. Os integrantes do Conselho Editorial, que aceitaram nosso convite, são professores/pesquisadores, na sua maioria de renome internacional nestas áreas de conhecimento, e sua presença nesta revista muito nos honra.

Em situações complexas como as que enfrentamos hoje, mais e mais as organizações vão ter que pensar estrategicamente sua comunicação. Para isso, precisam de gente que conheça as técnicas e os instrumentos de comunicação, mas que, sobretudo, tenha e domine também conceitos e teorias. Organicom quer contribuir para viabilizar todo um debate em torno das questões da comunicação dentro das organizações e de como precisam e devem se posicionar institucionalmente na sociedade, frente aos imensos desafios e incertezas da contemporaneidade.

São Paulo, agosto de 2004

MARGARIDA MARIA KROHLING KUNSCH  
Diretora da Organicom

Coordenadora do Gestcorp e Presidente da Coordenação de áreas de Pós-Graduação do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da ECA USP