

### Pesquisa, comunicação, participação

Estamos diante de uma edição histórica de *Organicom*. Com ela se comemora o décimo aniversário do Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas da ECA-USP. Certamente um motivo de alegria, principalmente porque se trata de um marco expressivo na caminhada do Gestcorp. E de um incontável número de pessoas que tiveram seus sonhos e os transformam gradativamente em realidade, ao mesmo tempo em que vão mudando elas próprias, *pari passu* com a vida dessa instituição que, de alguma forma, já vai se tornando paradigmática.

Este número é um verdadeiro binóculo. Todos conhecemos esse instrumento de óptica pelo menos no formato mais prosaico, inventado, supõe-se, no século XVII por um padre alemão conhecido como Reitha. Ele é dotado, basicamente, de lentes, prismas e focalizadores, que propiciam ao observador uma visão macroscópica, filosoficamente chamada de “visão ampla” ou “visão abrangente”. Lentes oculares, que põem o observador em contato direto com o objeto, e lentes objetivas, que lhe permitem maior aproximação deste. Prismas que definem a profundidade de campo do objeto e melhor qualidade da imagem. Focalizadores que delimitam o raio de visão e determinam a maior ou menor resolução e nitidez do objeto.

Nesse sentido, para onde o leitor assestar o binóculo, verá uma realidade que vai adquirindo contornos cada vez mais ricos. Não só por meio do Gestcorp, como também da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), legítima representante dos pesquisadores, profissionais e estudantes de todas essas iniciativas que, à semelhança do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e do Gestcorp da ECA-USP, vão se configurando em outras escolas, bem como em entidades científicas e associações de classe das duas áreas em nosso País.

Assim, em todas as páginas, se verão as bases do tripé que em 1962 Candido Teobaldo de Souza Andrade preconizava como respaldo para o efetivo desempenho de Relações Públicas – hoje também da Comunicação Organizacional como um todo: pesquisa-comunicação-participação. Pesquisa, como busca metódica de conhecimento; comunicação, como um processo para transmitir, conduzir e recuperar informações; e participação, como comunhão de ideias, interesses, experiências e sentimentos, que nos leva à interação social. Nosso pesquisador pioneiro achava então imprescindível que, olhando para o presente e igualmente para o futuro, se concentrassem esforços na elaboração de teorias, na criação de programas de pós-graduação para o aprimoramento dos docentes e, sobretudo, no estabelecimento de cursos de especialização e extensão universitária para difundir conhecimentos, técnicas e ideias à comunidade profissional. Essa mesma tríade se traduz nos termos pesquisa-reprodução-aplicação, condensados em artigo de Maria Immacolata Vassallo de Lopes sobre a institucionalização e transdisciplinaridade do campo da Comunicação, escrito em 2000: pesquisa e produção de conhecimento teórico e aplicado; reprodução desse conhecimento por meio do ensino; e aplicação das práticas no vínculo com o mercado profissional. Ou, ainda, na fórmula conhecer-produzir-

transformar, exposta por José Marques de Melo em texto de 2001, sobre os paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação.

Em síntese, o que o binóculo desta edição de *Organicom* focará para o leitor são interfaces múltiplas e variadas de dois campos científicos e profissionais que vão se configurando da confluência da práxis (saber acumulado pelas sociedades) e da teoria (apropriação e sistematização do saber prático pela academia), valendo-nos mais uma vez de conceituação elaborada por Marques de Melo. Ou, enfim, a “forte simbiose” que, de forma cada vez mais consistente, ocorre entre as áreas acadêmica e profissional da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas, nas duas últimas décadas, particularmente no limiar deste século XXI, como diz Margarida M. Krohling Kunsch em artigo de 2003, sobre o “estado da arte”, as tendências e as perspectivas da produção científica das duas áreas no Brasil.

Nesse contexto, valendo-nos ainda de outra analogia, esta edição especial se constitui também em um verdadeiro caleidoscópio. Quem de nós, em sua infância, já não se encantou com esse divertido brinquedo óptico, inventado pelo inglês David Brewster em 1815, formado por um pequeno tubo de cartão ou de metal, que contém pequenos fragmentos de vidro colorido, os quais, por meio do reflexo da luz exterior em pequenos espelhos inclinados, apresentam, a cada movimento, combinações variadas. O nome “caleidoscópio” deriva das palavras gregas *kalós* (belo), *eidos* (figura) e *scopê* (olhar para). É exatamente isso o presente número de *Organicom*: um caleidoscópio de uma realidade com muitas faces e muitas imagens, contempladas pelo olhar atento de um grande número de observadores.

São preciosas as imagens que o leitor conseguirá captar. No “espaço aberto”, uma revisita a *Aspectos de relações públicas*, pequena obra escrita, em 1966, por Sylla Chaves, um dos pioneiros teóricos das Relações Públicas brasileiras, e uma reflexão sobre uma dos grandes desafios atuais para gestão estratégica: a questão da valoração da Comunicação Organizacional, que desde o início dos anos 2000 mobiliza a academia e o mercado na criação de metodologias para tanto. E, em “pesquisa”, uma análise dos aspectos teóricos e empíricos da atividade de diagnóstico em Relações Públicas, que constitui uma das bases do planejamento de Relações Públicas e que torna científico o nosso “fazer”. Mas o que é mesmo central, nesta edição, é o conjunto formado pelo dossiê, pelos depoimentos e pelas resenhas. É precisamente com os textos dessa três seções que se comemoram os primeiros dez anos de história do Gestcorp da ECA-USP, dentro de um contexto mais amplo do desenvolvimento recente das áreas de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

Nada mais caleidoscópico do que o *dossiê*, com seus vinte textos científicos curtos que socializam e democratizam pontos de discussão levantados no primeiro e segundo fóruns sobre as bases conceituais de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, durante o I e o II Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, em 2008 e 2009, respectivamente. Os textos giram, sim, em torno do mencionado tripé pesquisa-reprodução-aplicação, sinalizando uma grande multiplicidade de tópicos que caracterizam a crescente conjugação entre as duas áreas e suas temáticas. Não se trata de um dossiê monotemático, mas pluritemático. Procuramos sequenciar os textos de acordo com uma determinada lógica: quadro conceitual das duas áreas; comunicação nas/das organizações; relações públicas; novas tecnologias. Mas não se consegue fugir da configuração realmente caleidoscópica do dossiê. Quem, alguma vez, já bateu palmas na Piazza San Marco, em Veneza? As pombas levantam voo, mas logo tomam lugar em outra posição, continuando todas no mesmo cenário. As questões tratadas no dossiê são todas instigantes, convidando a uma reflexão sobre o que vem sendo criado, construído e produzido nas duas áreas, ao longo das últimas décadas, por meio dos centros de pós-graduação de uma série de universidades, da Intercom (com seus grupos de trabalho e seus núcleos de pesquisa) da Abrapcorp, da Aberje e, sem dúvida, do Gestcorp da ECA-USP, entre tantas outras iniciativas dos campos acadêmico e profissional.

O Gestcorp, aliás, se vê caleidoscopicamente retratado nos *depoimentos* de alunos que o cursaram em diferentes anos desse decênio. São testemunhos valiosos de que, se vivemos em um mundo no qual também a comunicação das organizações passa por transformações irreversíveis, “fica mais fácil enfrentar as mudanças a partir de uma base sólida construída dentro do campus da mais importante universidade brasileira”. Nesse sentido, os ex-alunos, em passagens selecionadas de seus textos, reconhecem o acerto da proposta do Gestcorp. De “integrar a produção de conhecimento acadêmico com a vivência do mercado”. De sempre manter “aceso o debate sobre tendências, rumos e inovações da gestão estratégica da Comunicação Organizacional nos diversos contextos do mundo globalizado”. De “formar profissionais com visão diferenciada do mundo e dos relacionamentos, capazes de pensar em uma nova comunicação, tornando-se estrategistas dentro das organizações em que atuam”. De propiciar a obtenção de “maior profundidade em diferentes áreas do conhecimento, permitindo explorar com mais propriedade assuntos complexos das organizações”. Enfim, de ocasionar “troca de informações e experiência com acadêmicos e outros profissionais do mercado, alinhando os conhecimentos teóricos às necessidades reais das organizações”. Assim, nada mais estimulante do que esta ponderada e densa síntese de Pedro Cadina: “Hoje, quando olho para o Gestcorp, percebo que ele proporcionou a nós amadurecimento em todos os conceitos envolvidos em Comunicação, possibilitou novas visões sobre novas e velhas mídias e sedimentou o caminho para que pudéssemos ir em direção ao futuro. E sempre com uma visão teórica consistente, sem fugir da vida prática, da aplicação no dia a dia das organizações. Apoiando nossa tarefa rotineira e construindo conhecimento. Como devem ser os cursos de especialização”.

As *resenhas* complementam esse contexto. São nove no total, todas sobre obras publicadas recentemente, que mostram como a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas já contam com uma produção científica séria, sinalizando a constituição de um *corpus doctrinae* brasileiro. Três delas reúnem mesmo a essência do pensamento que já conseguimos assimilar, desenvolver e acumular sobre as duas áreas, constituindo-se em verdadeiros *handbooks* ou livros de texto.

Destaque-se, ainda, que uma imagem fundamental do caleidoscópio desta edição especial está na substancial reflexão de Dennis K. Mumby sobre a abordagem da Comunicação Organizacional em uma perspectiva crítica. Em sua entrevista, o conhecido pesquisador da University of North Carolina at Chapel Hill, pontua que a perspectiva crítica abre o campo a formas diversas de se pensarem e estudarem as organizações, que não podem ser vistas simplesmente como locais de tomadas de decisão racionais. Diz Mumby que, se passarmos a ver o gerenciamento, a estratégia, a cultura etc. em um contexto de jogos de poder e resistência, de esforços para moldar a realidade organizacional, teremos uma visão muito mais interessante e “texturizada” das formas como as pessoas constroem suas vidas organizacionais. A perspectiva crítica é então, de muitas maneiras, um esforço para “tirar dos trilhos” a visão do “negócio como praxe usual” e enfraquecer a ideia da perspectiva gerencialista como forma padrão de estudar as organizações.

Em suma, o que esta edição comemorativa quer deixar patente é que o tripé pesquisa-comunicação-participação, ou pesquisa-reprodução-aplicação, vai aos poucos se firmando com firmeza no cenário da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas. Com a integração crescente entre o campo acadêmico, que busca consolidar as bases teóricas, e o campo profissional, que não mais pode prescindir do auxílio da ciência, em uma realidade na qual a evolução dos mercados e revolução da tecnologia exigem uma comunicação conceitualmente amparada e estrategicamente planejada.

Caros leitores, assemem o binóculo, girem o caleidoscópio. E usufruam da melhor forma a riqueza de figuras, imagens e cenários que se abrirá diante de vocês.

OS EDITORES