

# APRESENTAÇÃO

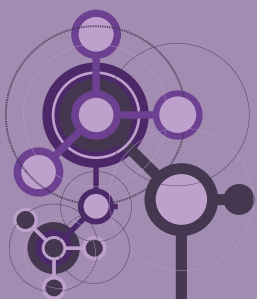
## 20 anos da Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas

Com esta edição n.46, a *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas* celebra seus 20 anos. Lançada no segundo semestre de 2004, ela é hoje um periódico científico reconhecido nacional e internacionalmente, sendo uma referência no campo das Ciências da Comunicação e das Ciências Sociais Aplicadas.

A Organicom está vinculada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo e ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). É publicada pelo Curso de Pós-Graduação (*lato sensu*) de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Gestcorp) dessa mesma Escola. Integra o Portal de Revistas USP<sup>1</sup>, com acesso livre, e conta com todo o apoio nas publicações e na infraestrutura técnica de perfis de acessibilidade por libras e navegação por face.

Desde sua criação, a revista tem como principal propósito difundir os avanços dos estudos contemporâneos de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. Além disso, simultaneamente, procura ser um instrumento interativo com a sociedade e o mercado do campo comunicacional, democratizando os novos conhecimentos e estimulando o debate técnico-científico dos temas dessas áreas no contexto das organizações. Visa enriquecer as discussões, sejam essas

<sup>1</sup> O Portal de Revistas USP é a biblioteca digital das revistas publicadas por Unidades, Órgãos de Integração e Órgãos Complementares da Universidade de São Paulo, sob a coordenação da Agência de Bibliotecas e Coleções Digitais (ABCD). Disponível em: [www.revistas.usp.br/organicom](http://www.revistas.usp.br/organicom).



de caráter empírico, teórico ou aplicado, sob os princípios da ética, de modo a trazer contribuições para o debate de assuntos contemporâneos.

Os estudos científicos de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas tiveram, a partir do ano 2000, um grande impulso e, nas duas últimas décadas, têm alcançado um estágio avançado nas pesquisas em nível de pós-graduação, contemplando uma diversidade e abrangência temática muito sintonizada com as mudanças e novas demandas da sociedade contemporânea.

Em 2004, ao decidirmos pela criação da Organicom, já se vislumbrava a formação de uma massa crítica da nossa comunidade acadêmica capaz de manter um periódico científico. Era crucial termos uma revista que representasse e difundisse os resultados das pesquisas da área, ampliando a participação de outros estudiosos, nacionais e internacionais, fomentando o debate científico-acadêmico com profissionais que estão no mercado e que sentem necessidade de embasamento teórico para a prática de suas atividades. Além de ser um instrumento valioso para uso nas aulas dos cursos de graduação e pós-graduação em Comunicação.

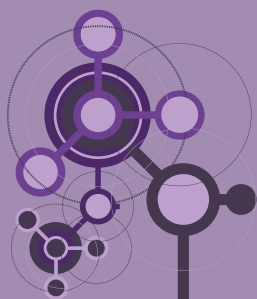
Na época, o curso Gestcorp florescia e atraía um vasto contingente de profissionais que estavam atuando em cargos estratégicos e executivos, assim como gestores de comunicação, nos mais amplos segmentos de mercado, em organizações privadas e instituições públicas. Notava-se que faltava uma revista científica das áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas que fosse, ao mesmo tempo, conceitual e aplicada, sobre grandes temas que demandavam novos conhecimentos e novas reflexões.

Exatamente no âmbito do Gestcorp encontrei um grupo de alunos que acolheu a proposta: Cyro Augusto Pachicoski (Relações Públicas), Leandro Orsini Duarte (publicitário) e Paulo Celestino da Costa Filho (jornalista). Com eles, juntamente com Luiz Alberto de Farias, professor do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo (ECA-USP), envolvidos por entusiasmo, elaboramos os projetos editorial e gráfico. Na época e nos anos seguintes, foi possível, por um longo período, obter patrocínio de grandes empresas para impressão de memoráveis edições com muita arte e conteúdos inovadores. Do número 1 ao 15 (2004-2011), as capas eram ilustradas expressando a temática e eram publicadas na versão impressa e eletrônica. A partir da edição 16 (2012-2024), foi adotado somente o formato online e um modelo padrão de capa, alterando as cores por edições, que perdura até hoje.

Com pequenos ajustes, o projeto editorial original da Organicom foi mantido ao longo da sua trajetória. A cada edição, a revista publica um dossiê temático, trazendo artigos, entrevistas, espaço aberto para artigos livres, depoimentos e resenhas. Os artigos que compõem suas edições se dedicam a explorar o âmbito de pesquisas dessas áreas e sua práxis. A periodicidade, até 2019, era semestral e desde 2020 passou a ser quadrimestral.

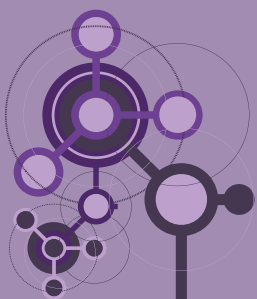
Uma das preocupações da Organicom é contribuir com estudos e reflexões dos temas contemporâneos da Comunicação no contexto das organizações e instituições, divulgando as investigações científicas no campo das Ciências da Comunicação, especialmente das relações públicas e da comunicação organizacional, tanto em nível nacional como internacional, por meio dos dossiês temáticos. Para tanto, conta-se com coordenadores ou editores convidados que são estudiosos e especialistas no assunto a ser abordado.

Até o momento, 46 dossiês temáticos foram publicados, contemplando uma diversidade plural de assuntos que consideramos serem centrais e estão na agenda da sociedade contemporânea na era digital. Apresentamos aqui uma amostra dos temas explorados ao longo dos últimos 20 anos.



## Dossiês temáticos – Edições 01 a 46 – 2004-2024

Ano	Edição	Dossiê temático
2004	01	Comunicação e mudança cultural nas organizações
2005	02	Avaliação e mensuração em comunicação organizacional
	03	Comunicação digital
2006	04	Comunicação pública e governamental
	05	Relações públicas: campo acadêmico e profissional
2007	06	Comunicação de risco e crise: prevenção e gerenciamento
	07	Identidade, marca e gestão da reputação corporativa
2008	08	Ética e comunicação nas organizações
	09	Discurso institucional, linguagem e retórica
2009	10/11	Comunicação organizacional e relações públicas: pesquisa, reprodução, aplicação
2010	12	Ouvidoria e comunicação
	13	Comunicação, marketing e produção cultural
2011	14	Lobby, relações governamentais, democracia
	15	Comunicação e esporte: pesquisa, marketing e mídia
2012	16/17	Comunicação e saúde
2013	18	Comunicação e sustentabilidade
	19	Comunicação interna, processos e as interações nas organizações
2014	20	Memória institucional, narrativas e <i>storytelling</i>
	21	Interculturalidade e organizações
2015	22	Redes sociais: usos corporativos
	23	Comunicação e economia criativa
2016	24	Relações públicas: dimensões e práticas
	25	A pesquisa aplicada em relações públicas e em comunicação organizacional
2017	26	Comunicação, relações públicas comunitárias e terceiro setor
	27	Comunicação, ética e integridade
2018	28	Comunicação, estudos para a paz e violência organizacional
	29	Relações públicas e marketing: convergência na era digital
2019	30	Escutando nossas vozes: perspectivas latino-americanas de comunicação organizacional
	31	Inovação e empreendedorismo em comunicação
2020	32	Formação de professores e práticas pedagógicas emergentes na área de Comunicação
	33	Comunicação e opinião pública
	34	Desinformação e comunicação na sociedade contemporânea
2021	35	Comunicação financeira e relações com investidores
	36	Discurso organizacional: contextos, práticas e produção de sentidos
	37	Ouvindo nosso entorno latino-americano: comunicação nas e das organizações em tempos turbulentos
2022	38	Relações dialogais, vulnerabilidades e resistências no ambiente interno das organizações
	39	Comunicação, Agenda 2030 da ONU e organizações
	40	Mulheres e feminismos: teorias, reflexões e processos comunicativos
2023	41	Mulheres e feminismos: mundo do trabalho, organizações e sociedade
	42	Comunicação e avaliação em comunicação organizacional e relações públicas
	43	Comunicação, cultura e liderança nas organizações
2024	44	Comunicação, organizações e inteligência artificial: impactos, sistemas generativos e uso de dados
	45	Comunicação pública e cidadania
	46	Comunicação organizacional no Brasil: estado do campo, panorama e perspectivas de estudo



Nota-se que alguns temas foram republicados, como comunicação digital, comunicação pública, ética, avaliação, discurso institucional, comunicação interna e cultura organizacional, trazendo novas abordagens e sendo revitalizados em sintonia com a atualidade. Evidentemente, Relações Públicas e Comunicação Organizacional, que perpassam todos os temas trabalhados, destacam-se como dossiês específicos que tratam do campo acadêmico e profissional nas suas mais diversas vertentes.

Particularmente, a presente edição, com o dossiê temático “Comunicação organizacional no Brasil: estado do campo, panorama e perspectivas de estudo”, vem mais uma vez registrar novas pesquisas que vêm sendo produzidas nas universidades nos mais diversos centros e grupos de investigação científica. Composto por nove artigos, demonstra a diversidade temática observada nesse campo, as múltiplas possibilidades conceituais e aplicadas na atuação acadêmica e profissional.

O artigo “O campo da comunicação organizacional na atualidade: direções epistemológicas e desafios”, de Ivone de Lourdes Oliveira e Isaura Mourão Generoso, abre o dossiê, abordando a comunicação organizacional a partir de pesquisas recentes, perspectivas teórico-metodológicas e abordagens predominantes, enfatizando a importância de estudos críticos para reduzir a distância entre o avanço teórico e a prática comunicacional nas organizações.

Mariana Carareto, com o artigo “Constituição comunicativa das organizações: uma abordagem da comunicação organizacional para a concepção das organizações”, problematiza as organizações como construções sociais resultantes de processos comunicacionais. A autora reflete sobre a superação de paradigmas dominantes da comunicação organizacional e tece uma análise ancorada pela perspectiva da constituição comunicativa das organizações (CCO).

Em “Uma reflexão crítica da pesquisa em Comunicação Organizacional, por meio das afecções nas relações de trabalho”, Caroline Delevati Colpo analisa criticamente essa comunicação a partir de uma abordagem transdisciplinar e complexa, destacando a importância das afecções e relações de trabalho.

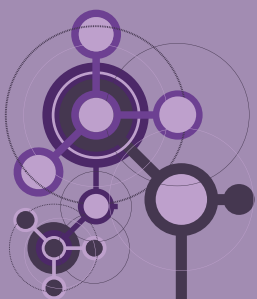
A narratividade nas organizações, sob a ótica da comunicação, é explorada no artigo “Hermenêutica ricoeuriana: narratividade e a organização como comunic(ação)”, de autoria de Jéssica Cristina Ceni e Natália Rese. O ensaio teórico discute a organização como um processo de comunicação recursiva de produção e negociação de significados, influenciado pelas ideias de Paul Ricoeur.

O artigo “Comunicação para a gestão da memória, da informação e do conhecimento: pesquisa de comunicação organizacional para uma rede acadêmica universitária”, de autoria de Márcia Marques, Dione Oliveira Moura, Katia Maria Belisário, Monica Regina Peres, Marlise Viegas Brenol, Mariana Fagundes Lopes e Paulo Almeida, apresenta os resultados de um projeto no qual a abordagem dessa comunicação é aplicada no contexto de uma instituição pública, em benefício da informação e do conhecimento produzidos pela Universidade Nacional de Brasília (UNB) e direcionados aos seus diferentes públicos.

Carolina Gallo Garcia é autora do trabalho “Responsabilidade social corporativa e o paradigma win-win no empoderamento feminino no Brasil”, que discute a expansão das agendas de igualdade de gênero pelo setor corporativo, por meio de programas de responsabilidade social corporativa (RSC), e analisa como esse empoderamento é incorporado nas práticas comunicativas, promovendo treinamento de empreendedorismo para mulheres brasileiras.

No artigo “Dimensões de análise para inclusão de pessoas com deficiência no contexto da cultura organizacional”, Ana Cristina Cypriano Pereira propõe parâmetros de análise para inclusão de pessoas com deficiência nas organizações, discutindo a cultura organizacional, evidências de falta de acessibilidade em espaços laborais.

No artigo “Preocupaciones y satisfacción laboral de periodistas chilenas que trabajan en comunicación estratégica”, os autores Ricardo Leiva Soto e Cecilia Claro investigam a satisfação profissional de jornalistas chilenas que atuam na



área de comunicação estratégica, comparando resultados entre regiões e gerações e pontuando os desafios enfrentados diante das novas tecnologias, do uso da IA e das novas modalidades de trabalho.

Fechando o dossiê, o artigo “Desvelando a discriminação algorítmica: ativismo político através do projeto ‘Desvelar’”, de autoria de Gabriela Rabello de Lima, Maurício Silveira Cardoso e Consuelo Vásquez Donoso, aborda os debates sociopolíticos e éticos relacionados à Inteligência Artificial (IA) e os direitos humanos por meio do mapeamento de casos de racismo algorítmico, compilados pelo projeto Desvelar – Justiça Racial na Inteligência Artificial e TICs, a partir da análise temática de 145 casos entre 2010 a 2024.

Compõem ainda esta edição três trabalhos na seção Espaço Aberto. O artigo “Interação mediada e perfil de leitor: reflexões para o ensino”, de Taís Steffenello Ghisleni e Valeria Iensen Bortoluzzi, analisa o impacto das tecnologias digitais na interação social e na educação, destacando a necessidade de novos letramentos e práticas pedagógicas inovadoras para formar leitores críticos.

A proposta de Samuel Mateus, intitulada “Assessoria de comunicação: conceito e ensino”, visa analisar as afinidades – mas também a diferenciação – entre Relações Públicas e Assessoria de Comunicação.

Já o artigo “ESG e a comunicação marcária para a Geração Z: sustentabilidade e conexão com a nova geração de consumidores”, de autoria de Vinícius Alves Sarralheiro e Aline Fernandes de Souza, ressalta a importância das práticas de ESG nas organizações na perspectiva da Geração Z.

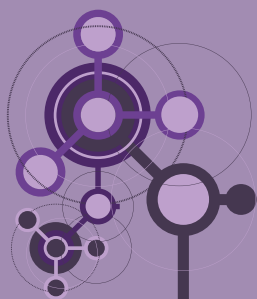
Na seção Entrevista temos a satisfação de contar com a pesquisadora e professora de Comunicação Organizacional Consuelo Vásquez Donoso, do Departamento de Comunicação Social e Pública da Université du Québec à Montreal (UQAM). Realizada por Larissa Conceição dos Santos, a entrevista traz relevantes reflexões sobre “Conversaciones decoloniales sobre la comunicación organizacional en Brasil y América Latina”, tema que a entrevistada vem trabalhando nos últimos anos como coordenadora de uma ampla pesquisa do programa de investigação “Mapeando la comunicación organizacional en América Latina: una perspectiva decolonial”.

Por fim, concluímos esta edição com a resenha, escrita por Paulo Nassar, do livro *Riscos de comunicação: a relevância da gestão das identidades nas relações públicas*, de Sergio Andreucci, resultante da sua tese de doutorado defendida na ECA-USP.

Nesta data comemorativa dos 20 anos da *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, é o momento de agradecimentos a todos que contribuíram para mantê-la viva e exuberante. Afinal, não é fácil produzir um periódico científico por razões bastante conhecidas e pelas exigências que lhes são inerentes. Depende de uma equipe editorial atuante e do envolvimento de muitas pessoas. Assim, nossa gratidão, inicialmente, aos que desde o início nos ajudaram a construí-la, colocando os primeiros pilares, bem como aos autores, coordenadores de dossiês temáticos, membros do Conselho Editorial, avaliadores/parecerias e colaboradores, cuja participação é determinante e imprescindível para a existência de uma revista científica.

Um agradecimento especial ao Portal de Revistas USP, pelo apoio nas publicações, e ao nosso comitê editorial formado pelos editores-adjuntos, os professores do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da ECA-USP Valéria de Siqueira Castro Lopes e Luiz Alberto de Farias, e os parceiros externos Ana Maria Almansa Martinez, Cláudia Peixoto de Moura e Ricardo Ferreira Freitas. Registramos uma gratidão singular à Valéria Castro Lopes, que tem sido incansável no trabalho das edições, acompanhando cotidianamente os fluxos de produção e gestão logística.





A Organicom vem ratificar a importância da expansão do diálogo entre a sociedade e a universidade, promovendo o acesso à mais recente produção científica das áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, acreditando que o alcance do conhecimento e da informação são pilares essenciais à concepção de uma sociedade mais criativa e eficiente.

Espera-se que o acervo online, com livre acesso de todos os números disponíveis, seja amplamente utilizado por pesquisadores, profissionais e professores de cursos de graduação e pós-graduação, tanto nas suas pesquisas como em aportes conceituais e aplicados nas salas de aula. Como foi destacado, muitas são as abordagens temáticas que poderão ser úteis para enriquecer o debate e as reflexões do nosso campo comunicacional.

Boa leitura!

*Margarida Maria Krohling Kunsch*

Editora da Organicom

Professora Titular Emérita da ECA-USP

*Larissa Conceição dos Santos*

Professora da Universidade Federal do Pampa (Unipampa)