

# O campo da comunicação e sua identidade no cenário acadêmico brasileiro de comunicação organizacional e relações públicas

Cássia Vale Lara<sup>1</sup>

**Resumo:** Observação da configuração identitária do campo da comunicação, nas áreas de comunicação organizacional e relações públicas. Os Programas de Pós-Graduação em Comunicação brasileiros são considerados lugar de fala desse campo. É por meio deles e de publicações, congressos e entidades relacionadas que o campo se desenvolve. Este é um avanço que vem sendo percebido através de um viés mais teórico, crítico e complexo das pesquisas, que consideram a comunicação em seus aspectos processual e relacional.

**Palavras-chave:** comunicação organizacional; relações públicas; identidade de campo

**Abstract:** Observation of the identity of the communication field between the areas of organizational communication and public relations. The Post-Graduation Programs related to Communication in Brazil are considered speech places in this field. It's because of them and also of books and articles published as well as congress that the field development has been observed. Such advance has been seen in more theoretical, critic and complex research, which consider communication in its process and relations.

**Keywords:** organizational communication; public relations; field's identity

O objetivo deste estudo é observar a configuração identitária do campo da comunicação, nas áreas comunicação organizacional e relações públicas. Parte de referências como Lima, Braga e Kunsch, na tentativa de ressaltar suas convergências com outros campos, que dividem fronteiras entre si. Este fenômeno inter ou transdisciplinar é aqui apresentado com sentido exploratório.

Na tentativa de vislumbrar a identidade traçada para as áreas no cenário acadêmico brasileiro, este trabalho focaliza a constituição dos Programas de Pós-Graduação no país. O mapeamento dos programas foi elaborado pela Prof. Margarida Kunsch, ao tratar do estado da arte da comunicação, cujas pesquisas científicas passaram de uma abordagem inicial de cunho instrumental a um viés mais teórico, crítico e científico. Verifica-se, também, uma nova tendência nas publicações específicas, que enfocam aspectos processuais e relacionais da comunicação.

---

<sup>1</sup> Mestre (PPGCOM/UFJF). Cv Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4129740399672373>

Além das publicações, entidades, como Abrapcorp, Compós e Intercom proporcionam espaços de discussão e crítica do que vem sendo pesquisado no país. Publicações como a *Organicom* e a *Revista Intercom* dão sinal de que o olhar dos pesquisadores está voltado para o perfil identitário de suas áreas. Ao final, este estudo sugere novas possibilidades para o crescimento do campo, com pesquisas voltadas para o lugar de fala da comunicação, empenhadas em socializar o conhecimento.

### Um campo entre fronteiras

Um estado de indefinição teórica de um campo de estudo ainda por se consolidar parece preocupar alguns dos pesquisadores em comunicação social no Brasil. É o caso de Venício Lima (2001), para quem o campo se apresenta como um universo teórico desarticulado e conflituoso, disperso e plural, condições que podem levar estudantes e pesquisadores a experiências de perplexidade. Esta mesma preocupação já se manifestava em 1983, quando escreveu que a necessidade de articulação teórica do campo é um poderoso elemento a indicar uma “crise de identidade” (LIMA, 1983).

Dentre os fatores que contribuem para tal indefinição, segundo ele, estão os avanços tecnológicos a sugerir uma “nova mídia”, interativa; a institucionalização dos cursos de graduação no Brasil, pautada no modelo norte-americano; e o desenvolvimento do trabalho de pesquisadores que se interessam por áreas distintas daquela em que são habilitados profissionalmente.

No entanto, Lima (2001) aponta que também é preciso lembrar o significado de “comunicação”, que abre um leque para possibilidades diversas. Etimologicamente, a palavra tem origem no substantivo latino *communicationem*, que significa a ação de tornar comum. Sua raiz é o adjetivo *communis*, comum, que significa pertencente a todos ou a muitos. E o verbo é *comunicare*, comunicar, que significa tornar comum, fazer saber.

Com essa origem, a palavra comunicação carrega até hoje uma ambiguidade não resolvida na ação implícita de seu significado original. Essa ambiguidade é representada, em seus extremos, por *transmitir*, que é um processo unidirecional, e *compartilhar*, que é um processo comum ou participativo. Assim, a ‘ação de tornar comum a muitos’ pode ser resultado tanto de uma transmissão como de um compartilhamento, que são polos opostos de uma ação de comunicar (LIMA, 2001: 24).

Para esta segunda possibilidade, o educador Paulo Freire (1983) traz a noção da comunicação dialógica. É uma maneira de ativar a participação dos sujeitos no processo comunicacional, no caso específico do meio educacional. Segundo ele, a existência, porque humana, não pode ser muda, silenciosa, nem tampouco pode nutrir-se de falsas palavras, mas de palavras verdadeiras, com que os homens transformam o mundo. Existir, humanamente, é pronunciar o mundo, é modificá-lo (FREIRE, 1983: 78).

Será possível conceber os contornos de um campo que traz a possibilidade de significados múltiplos na palavra que lhe dá origem, a comunicação (transmissão *versus* comunhão)? Conforme Mattelart e Mattelart (1999), a noção de comunicação recobre uma multiplicidade de sentidos. Se isso vem sendo assim há muito, a proliferação das tecnologias e a profissionalização das práticas acrescentaram novas vozes a essa polifonia.

Em um estudo sobre comunicação e pesquisa, Lucia Santaella aborda as confluências entre semiótica, linguística e comunicação. São tantas as sobreposições e interseções que os limites entre elas se tornam tão difusos, a ponto de reclamarem por um estudo à parte. Todas as misturas entre tradições diversas e muitas vezes antagônicas, assim como seu aparecimento em ciências vizinhas, foram fazendo da área de comunicação um campo híbrido e pouco nítido nos seus limites internos e fronteiras (SANTAELLA, 2001: 73). Esta falta de nitidez, completa, vem aumentando nos últimos anos.

José Luiz Braga analisa as fronteiras difusas da comunicação, no artigo “Disciplina ou campo? Os desafios da consolidação dos estudos em comunicação”. Também para ele, a dispersão de pesquisas e teorias parece estimular a percepção de um território frouxamente articulado; e dependente de aportes das demais CHS, Ciências Humanas e Sociais. Tal “consolidação encontra dificuldades particulares quando as próprias disciplinas longamente constituídas se lançam a uma multiplicidade de trocas interdisciplinares e de experimentações metodológicas” (BRAGA, 2010: 1).

Braga (2010) explica que no mundo contemporâneo são ampliadas as possibilidades de encontro de diferentes disciplinas na abordagem e na investigação de objetos complexos. A pesquisa interdisciplinar, no conjunto das CHS, permite colaborações entre visadas diferentes, apanhando aspectos de situações complexas que cada disciplina, isolada, não apanharia. É o caso, por exemplo, das convergências apontadas por Santaella (2001) entre linguística, semiótica e comunicação. Esta relação é produtiva e contribui para o desenvolvimento de cada uma delas, chegando a sugerir um estudo específico.

Maria Schuler chama de transdisciplinar esta abordagem que busca estabelecer uma ponte entre as disciplinas, algo que vise a um terreno comum, de diálogo e troca de informações. Isso é imprescindível na era da complexidade, quando o conhecimento não é mais visto como restrito, holístico, um todo indivisível. Ao contrário, as cerca de oito mil disciplinas existentes no campo acadêmico, para a autora, dividem fronteiras em muitos aspectos. A comunicação, em sua dimensão emocional e afetiva, por exemplo, traz subsídios da psicologia, ao passo que na dimensão física e material divide territórios com a engenharia de telecomunicações e com a administração. O termo transdisciplinaridade, portanto, significa tudo que está entre as, ao longo e além das disciplinas.

A produtividade interdisciplinar, na visão de Braga, também implica aproximação e diálogo entre os diferentes aportes. Ela prevê a sinergia entre visões especializadas, sua articulação e tensionamento mútuo. “Uma verdadeira interdisciplinaridade seria um processo construtor e não dispensor” (BRAGA, 2010: 5). Não se trata de propor uma teoria geral do campo, caracterizado por

Braga de tentacular e disperso. Também em seu interior o campo da comunicação apresenta núcleos diversos que dividem contornos entre si. Mais que oferecer respostas na forma de teoria, trata-se de propor programas de ação no âmbito dos estudos em comunicação, com o objetivo de gerar questionamentos e hipóteses. É desta maneira, acredita, que se promove o desenvolvimento e a própria consolidação dos estudos em comunicação.

Segundo Schuler (2009), as dimensões das questões relativas à comunicação não podem ser ignoradas. Os “separatismos” gerados na academia entre as diferentes perspectivas do estudo em comunicação não fazem avançar o conhecimento. É quando determinada perspectiva deixa de ser suficiente para explicar o contexto e sugere novas transformações que o conhecimento avança. Inter ou transdisciplinaridade pressupõe o diálogo e o enfrentamento das diversas interpretações a favor de um objetivo comum, o desenvolvimento e a articulação do campo.

Conscientes, hoje, da multidimensionalidade das questões comunicativas, não podemos mais, como educadores, pesquisadores e estudiosos, permanecer obstinadamente enclausurados em uma visão parcial, reducionista e preconceituosa da comunicação. Talvez nossa maior missão, como criadores de uma nova realidade social, nesse momento, seja a de assumir, sustentar e reverberar uma nova atitude, diante do estudo dessa questão tão fundamental para todas as espécies de atividade humana, dentro das organizações e nas sociedades (SCHULER, 2009: 191).

### **O campo acadêmico de comunicação organizacional e relações públicas no Brasil**

Tratou-se, num primeiro momento, da preocupação de alguns autores em relação às fronteiras difusas do campo da comunicação com outros campos, fenômeno chamado de interdisciplinaridade ou transdisciplinaridade. Conforme Schuler (2009), isto é algo natural da época contemporânea e complexa, uma vez que não há um conhecimento uno, fechado. As tradições, que até meados do século XII, eram os principais veículos de compreensão e disseminação do conhecimento, foram suprimidas pela quantidade de disciplinas que emergiram desde então. Cada uma com linguagem e atitudes próprias diante da produção do saber, levando ao que a autora chama de uma nova “Torre de Babel”.

O efeito Torre de Babel se dá na dificuldade de comunicação entre as diferentes culturas disciplinares, fazendo com que cientistas de duas disciplinas diferentes sejam obrigados a todo um esforço de conhecimento, um sobre a cultura do outro (se houver disposição para isso), para trocarem ideias sobre um mesmo *fenômeno natural*, que se passa na *realidade total*, a qual ignora nossas subdivisões em disciplinas e teima em se apresentar inteira, multidimensional, complexa (SCHULER, 2009: 186).

Propõe-se, neste momento, um olhar voltado para o interior do campo da comunicação, em sua área organizacional. Como ele se configura no cenário brasileiro? O campo acadêmico, na definição de Lopes (2000), é o conjunto de

instituições de nível superior destinado ao estudo e ao ensino de comunicação. É onde se produz a teoria, a pesquisa e a formação universitária das profissões de Comunicação. O conceito traz consigo três subcampos: o científico, relativo à produção do conhecimento teórico e prático, o educativo, que reproduz por meio do ensino esse conhecimento, e o profissional, responsável por sua aplicação no mercado.

Este trabalho está prioritariamente direcionado para a noção de campo científico, cuja abordagem parte, aqui, da visão de Pierre Bourdieu (2007). Para o sociólogo francês, o campo científico é um espaço de lutas simbólicas e de disputa por autoridade. É um lugar de busca do reconhecimento público e político do saber produzido. Também ao falar da legitimação daqueles que se dedicam a construir novas teorias, a pesquisadora Margarida Kunsch lembra a definição de campo científico de Bourdieu.

O campo científico, enquanto sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (em lutas anteriores), é lugar, espaço de jogo de uma luta concorrencial. O que está em jogo especificamente nessa luta é o monopólio da *autoridade científica* definida, de maneira inseparável, como capacidade técnica e poder social; ou, se quisermos, o monopólio da *competência científica*, compreendida enquanto capacidade de falar e de agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade), que é socialmente outorgada a um agente determinado (BOURDIEU apud KUNSCH, 2009: 114).

Kunsch (2009: 114) acrescenta que tanto autoridade quanto competência científicas são adquiridas com pesquisa e constantes buscas de uma epistemologia da ciência. Em seu trabalho epistemológico, a autora observa a presente configuração das áreas de relações públicas e comunicação organizacional no cenário acadêmico. “O início de tudo tem como fato marcante a criação do primeiro curso universitário de Relações Públicas” (KUNSCH, 2009: 115), na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo ECA-USP, em 1960.

A pesquisa científica em Comunicação, segundo Kunsch, ganhou embalo na década de 70, com a fundação dos primeiros cursos de Pós-Graduação no país. Até junho de 2009, são reconhecidos pela Capes 36 Programas de Pós-Graduação em Comunicação, como consta no quadro a seguir. Os Programas, representados por seus pesquisadores, são sujeitos que têm voz legítima no campo. Isso quer dizer que têm autoridade e competência científica para atuar na configuração do campo em Comunicação.

Cursos de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil até junho de 2009  
Mestrado e Doutorado

Instituição	Nome do Programa de Pós-Graduação	Ano de fundação ou homologação	
		Mestrado	Doutorado
USP	Ciências da Comunicação	1972	1980
UFRJ	Comunicação	1972	1972
PUC-SP	Comunicação e Semiótica	1970	1978



UnB-DF	Comunicação	1974	2003
Umesp-SP	Comunicação Social	1978	1995
Unicamp-SP	Multimeios	1987	1998
UFBA-BA	Comunicação e Cultura Contemporânea	1989	1994
PUC-RS	Comunicação Social	1993	1999
UFMG	Comunicação Social	1995	2003
UFRGS	Comunicação e Informação	1996	2000
Unisinos-RS	Ciências da Comunicação	1997	1999
UFF	Comunicação	1997	2002
UFPE	Comunicação	1998	
UTP-PR	Mestrado em Comunicação e Linguagens	2000	
Unip-SP	Mestrado em Comunicação e Linguagens	2002	
PUC-RJ	Comunicação	2003	
Unimar-SP	Mestrado em Comunicação e Linguagens	2003	
Unesp/Bauru-SP	Mestrado em Comunicação	2002	
UERJ-RJ	Mestrado em Comunicação Social	2002	
UFSM-RS	Mestrado em Comunicação Midiática	2006	
ESPM-SP	Comunicação e Práticas de Consumo	2005	
UFSM	Mestrado em Comunicação	2006	
UFSC	Mestrado em Jornalismo	2007	
Uniso	Mestrado em Comunicação e Cultura	2008	
UAM	Mestrado em Comunicação	2008	
PUC-MG	Mestrado em Interações Midiáticas	2008	
UFJF	Mestrado em Comunicação e Sociedade	2008	
UFG	Mestrado em Comunicação	2008	
UEL	Mestrado em Comunicação	2008	
UFSCar	Mestrado em Imagem e Som	2008	
UCB	Mestrado em Comunicação	2008	
UFPB	Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas	2008	
UFC	Mestrado em Comunicação	2008	
UFAM	Mestrado em Ciências da Comunicação	2008	
USCS	Mestrado em Comunicação	2009	
UFRN	Mestrado em Estudos da Mídia	2009	

Fonte: KUNSCH (2009)

Os “campos”<sup>2</sup> de Comunicação Organizacional e Relações Públicas foram ganhando forma com os Programas de Pós-Graduação. No início das atividades, até por volta do ano 2000, Kunsch explica que a pesquisa tinha um viés mais técnico e instrumental. Havia uma preocupação com o modo de fazer nas duas

<sup>2</sup> A autora se refere às áreas de relações públicas e comunicação organizacional como campos. Neste trabalho, independentemente de sua abrangência, são consideradas áreas ou subcampos do campo de Comunicação.

áreas. Para a pesquisadora Maria do Carmo Reis (2009), um dos motivos para essa tendência inicial era a preocupação com a delimitação da área de trabalho. A pesquisa não se iniciou com propósitos epistemológicos de ajudar a identificar e caracterizar um novo campo (ou subcampo), e sim de subsidiar a busca de eficiência e eficácia da atuação profissional.

Já as teses defendidas de 2000 a 2007 demonstram uma preocupação maior com os processos e a complexidade da comunicação, em detrimento dos instrumentos. As abordagens têm cunho mais teórico, crítico e científico, procurando analisar a comunicação nas organizações em uma perspectiva mais complexa. Os estudos sinalizam, segundo Kunsch (2009), que a academia tem buscado sistematizar suas reflexões a partir do fazer cotidiano das organizações.

Da mesma forma, os livros, que até a década de 70 ressaltavam aspectos técnicos e instrumentais de manuais de comunicação, tornam-se, hoje, mais teóricos e complexos. Kunsch (2009) pondera que chama a atenção um novo olhar em torno da gestão dos processos comunicacionais no ambiente e na cultura institucional. Um exemplo são as recentes publicações sobre comunicação interna e comunicação empresarial da ABERJE, Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.

A comunicação deixa de ser vista como ferramenta ou instrumento, até então metaforizada nos conceitos de conduíte e processamento de informação. Nestas abordagens, a organização é associada a um contêiner, por onde é transmitido o fluxo informativo. Ao contrário, metáforas como o discurso, o símbolo, a performance e a voz, na visão de Putnam (2009), atribuem um sentido de leveza e movimento à comunicação. Tal perspectiva atribui à organização noções de relacionamento e interconexão com seus *stakeholders*. Ganha espaço a denotação de organizações orgânicas, mais complexas e descentralizadas, que valorizam a participação dos funcionários no processo decisório (GRUNIG et al., 2009).

A produção da pesquisa acadêmica e das publicações, com essa nova visada, aponta para uma franca expansão dos dois campos. Isso se reflete, por exemplo, nos trabalhos de associações e entidades, como a Abrapcorp, Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas; na revista *Organicom*, Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas; na *Compós*, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação; e no Núcleo de Pesquisa Comunicação Organizacional e Relações Públicas da Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, que apresenta os trabalhos em desenvolvimento nas duas áreas.

Fundada em 2006, a Abrapcorp é uma entidade autônoma com objetivo de estimular o fomento, a realização e divulgação de estudos em Ciências da Comunicação. Além de Grupos de Trabalhos temáticos, os GTs, a associação oferece cursos e apoia eventos relacionados a Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Realiza um congresso nacional desde 2007, para debater os principais temas em voga nas duas áreas. A revista *Organicom*, nível Qualis-B, é uma publicação ligada à Abrapcorp.

O objetivo da publicação é servir de elo entre academia e mercado, contribuindo para o debate técnico-científico da comunicação das organizações. Além disso, a associação do termo *organicom* com o adjetivo português “orgânico” expressa o objetivo de trabalhar com a complexidade orgânica, assimilando informações de diversas partes de um conjunto para a consecução de um objetivo único, como acontece com os organismos vivos. “Acreditamos ser desta forma que devem funcionar as organizações nos esforços de comunicação com seus públicos” (KUNSCH, 2009).

A COMPÓS foi fundada em 1991, com uma iniciativa de pesquisadores dos Programas de Pós-Graduação das seguintes instituições: PUC-SP, UFBA, UFRJ, UnB, UNICAMP, UMEP. É uma sociedade civil, sem fins lucrativos, com objetivo de estimular o desenvolvimento dos programas e a integração entre eles. Em junho de 2010, foi criado o GT Comunicação em Contextos Organizacionais. O grupo é voltado para a construção dos sentidos nas organizações bem como para as relações político-comunicacionais entre indivíduos, organizações e sociedades. Os conflitos entre os discursos organizacionais também fazem parte da descrição do núcleo.

A Intercom é uma associação científica sem fins lucrativos, fundada em São Paulo, em 1977. Participa da rede nacional de sociedades científicas capitaneada pela Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência e está integrada a redes internacionais de Ciências da Comunicação. Dentre seus objetivos, está a realização de congressos anuais, simpósios regionais, seminários, cursos de curta duração e conferências, como estímulo para o desenvolvimento da pesquisa. Possui a Divisão Temática RP e Comunicação Organizacional, que enfoca as pesquisas sobre o relacionamento públicos-organizações.

Evidentemente, a contribuição da Intercom para as áreas de comunicação organizacional e relações públicas não se resume aos espaços reservados aos eventos paralelos nos congressos anuais. (...) Outras frentes importantes da entidade são representadas por obras de referência, inventários, bibliografias e o banco de dados do Centro de Documentação em Comunicação dos Países de Língua Portuguesa (Portcom), que democratizam o acesso ao conhecimento por ela gerado (KUNSCH, 2009: 128).

Para Kunsch, o espaço aberto nas publicações da entidade, tanto nos seus livros, quanto na Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, é uma outra vertente expressiva de que se valem as duas áreas. A publicação tem conceito nacional A no Qualis e as edições podem ser acessadas em texto integral no site da Intercom. O volume 33, de 2010, apresenta uma diversidade temática, abordando desde as “configurações de tendências centralizadoras dos *mass media* até as novas possibilidades de participação cidadã por meio da internet” (INTERCOM, 2010).

Os congressos, as entidades e as publicações, ao lado da pesquisa em desenvolvimento nos Programas de Pós-Graduação, têm se esforçado para incentivar o avanço do campo. No caso dos PPGCOMs, Kunsch (2009) destaca a importância de esses programas estarem sintonizados com as demandas sociais, para estabelecer políticas de desenvolvimento do campo acadêmico-científico e



do mercado produtivo das comunicações. “A pós-graduação ainda está muito distanciada da realidade social e do mundo da comunicação, apresentando muitos projetos individuais sem um compromisso público que de fato beneficie a sociedade” (KUNSCH, 2009: 121).

A constituição acadêmico-científica dos campos, no entanto, dependerá da dedicação de professores, pesquisadores, profissionais, instituições, universidades e instituições públicas e entidades do setor. “Somente com a união de esforços e com base em conhecimentos, construiremos uma identidade forte e conquistaremos reconhecimento público na comunidade científica nacional e internacional” (KUNSCH, 2009: 133). O argumento de Kunsch vai ao encontro das considerações de Braga (2010), para quem o estudo avança a partir do esforço conjunto e do diálogo entre quem tem voz no campo.

Reis (2009) também observa a construção identitária e de um *corpus* teórico para os estudos de comunicação organizacional e relações públicas no Brasil. Ela ressalta que as pesquisas têm caminhado com abordagens mais teóricas e complexas, o que é positivo para a constituição identitária do campo.

Nota-se também que, mais do que buscar aportes teóricos em outras disciplinas para explicar a comunicação das organizações, o que se faz necessário é elaborar um ponto de vista comunicacional a partir de um objeto de pesquisa teoricamente construído do lugar de fala da comunicação (REIS, 2009: 157).

Os congressos, como proponentes da discussão do que vem sendo pesquisado, e as publicações, enquanto divulgadoras desse trabalho, colaboram para o aprimoramento desse lugar de fala. É por meio deles e a partir dos Programas de Pós-Graduação que a identidade vai se configurando e se expandindo. Ela se torna pública nos inúmeros eventos, livros e associações relacionadas às áreas, que reforçam com visões críticas a pesquisa e o conhecimento. É visível o desenvolvimento de grupos de trabalho sobre comunicação organizacional e relações públicas nos eventos de comunicação. Muitos deles, como considera Kunsch (2010), com aspectos cada vez menos instrumentais e mais teóricos e científicos.

### **Considerações finais**

Este artigo expôs a visão de pesquisadores que se voltam para a configuração do campo de comunicação social, nas áreas de relações públicas e comunicação organizacional. Observou-se o trabalho de autores como Lima, Braga e Kunsch, dentre outros, para melhor entender a construção desse campo, que divide fronteiras com disciplinas vizinhas. Esse processo inter ou transdisciplinar é decorrente de um ambiente globalizado, plural e complexo, em que o conhecimento deixa de ser um todo e se divide em inúmeras disciplinas.

A observação da construção identitária do campo, assim, deve levar em consideração a gama de disciplinas fragmentadas e os modos de produzir o saber em cada uma delas. Isso não pressupõe valorizar mais ou menos determinada visada. Ao contrário, o que se propõe, a partir do que tece Braga

(2010), é estimular o desafio e o diálogo mútuo entre elas. A identidade, na era da complexidade, não deve ser uma visão reducionista. Mas, ainda conforme Braga (2007), ela deve ser buscada no tensionamento mútuo entre as diferentes interpretações.

Na tentativa de verificar como se apresenta o campo científico de relações públicas e comunicação organizacional no cenário acadêmico, foram enumerados os Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Acredita-se que seja aí o lugar de fala dos sujeitos que têm voz no campo. É por meio desses programas que a identidade vai se configurando e se expandindo. Ela se representa, ainda, por intermédio de congressos, livros e associações relacionadas às áreas. Também os grupos de trabalhos voltados para as áreas nos eventos de comunicação têm se mostrado, conforme Kunsch (2010), cada vez mais críticos.

Em suma, este estudo considera que ainda há muito para se avançar. Os congressos são o momento ideal para se discutir o que está sendo pesquisado nos diversos Programas de Pós-Graduação. O diálogo e o embate, como sustenta Braga (2007), devem ser aí manifestados, pois este cenário faz parte do lugar de fala da comunicação. A configuração identitária do campo, nas suas mais diversas (sub)áreas, deve partir do empenho em pesquisar e, principalmente, em socializar o conhecimento.

### Referências

- Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas – ABRAPCORP. Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br>. Acesso em 09 de julho de 2010.
- Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS. Disponível em: <http://www.compos.org.br>. Acesso em: 09 de julho de 2010.
- BRAGA, José Luiz. *Comunicação é aquilo que transforma linguagens*, Revista Alceu, vol. 10, série 20, p. 41-54, PUC-RJ, Rio de Janeiro, 2010.
- \_\_\_\_\_. em Comunicação, In: Ferreira, Jairo; Pimenta, Francisco José Paoliello; Signates, Luiz (orgs.) *Estudos de Comunicação: transversalidades epistemológicas*. Editora Unisinos, São Leopoldo, 2010. p. 19-38.
- \_\_\_\_\_. Pequeno roteiro de um campo não traçado. In: FERREIRA, Jairo. (org.) *Cenários, teorias e epistemologias da comunicação*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 10<sup>a</sup> Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. 322p.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. 12. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- GRUNIG, Larrisa A.; GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida. Perspectivas do “Excellence stuty” para a comunicação nas organizações.

- In: KUNSCH, Margarida (org.). *Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 69-94.
- KUNSCH, Margarida. Os campos acadêmicos da comunicação organizacional e de relações públicas no Brasil. In: KUNSCH, Margarida (org.). *Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 113-136.
- LIMA, Venício A. de. Breve roteiro introdutório ao campo de estudo da comunicação social no Brasil. In: LIMA, Venício A. de. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Ed. Fund. Perseu Abramo, 2001. p. 21-53.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. O campo da comunicação: institucionalização e transdisciplinação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRAU-MEIGS, Divina; SANTOS, Maria Salett Tauk (Org.). *Comunicação e informação: identidades e fronteiras*. Recife: Bagaço; São Paulo: Intercom, 2000. p. 41-56.
- MATTELART, A; MATTELART, M. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2ª ed. 1999.
- PUTNAM, Linda L. Metáforas da comunicação organizacional e o papel das relações públicas. In: *Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 43-67.
- REIS, Maria do Carmo. A construção de uma identidade disciplinar e de um *corpus* teórico para os estudos de comunicação organizacional e relações públicas no Brasil. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRAU-MEIGS, Divina; SANTOS, Maria Salett Tauk (Org.). *Comunicação e informação: identidades e fronteiras*. Recife: Bagaço; São Paulo: Intercom, 2000. p. 137-163.
- Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 33, n. 1, jan./jun. 2010. Disponível em:  
<<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/view/6095/5397>> Acesso em 09 de julho de 2010
- Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – ORGANICOM. Disponível em < <http://organicom.iv.org.br/portal/a-revista>>. Acesso em 09 de julho de 2010.
- SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
- SCHULER, Maria. Comunicação e transdisciplinaridade na era da complexidade. In: KUNSCH, Margarida (org.). *Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 183-202.

---

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom.  
Disponível em: <http://www.intercom.org.br/pesquisa/gps/rp.shtml>.  
Acesso em: 09 de julho de 2010.