

Comunicação Pública

Editor: CPIESC

Propriedade: Escola Superior de Comunicação Social

Director: António Belo

Coordenador Editorial: José Cavaleiro Rodrigues

Comissão Editorial:

Anabela Sousa Lopes
Cláudia Silvestre
João Abreu
Jorge Trindade
Luís Cavique
Mafalda Eiró Gomes
Orlando Gomes

Comissão Científica:

António Marques
Eduardo Geada
Francisco Costa Pereira
Isabel Simões
Jesús Timoteo Álvarez
Jorge Pedro Sousa
José António Fernandes Dias
José Vidal de Oliveira
Luís Reto
Mário Mesquita
Nadim Habib
Pedro Braumann
Rafael Godinho
Teresa Pinto Coelho

Design Gráfico: João Abreu

Revisão de Texto: Jorge Trindade

Divulgação e Distribuição: Gabinete de Comunicação e Serviço de Informação e Documentação da ESCS

Impressão: Textype

Preço capa: 12 euros

Periodicidade: Semestral

Tiragem: 1000 exemplares

Depósito Legal: 237232/06

ISSN: 16461479

Contactos:

Escola Superior de Comunicação Social
Campus de Benfica do Instituto Politécnico de Lisboa
1549-014 Lisboa
Tel: 217119000 Fax: 217162540
E-mail: cpublica@escs.ipl.pt

VOLUME 1 • NÚMERO 1 • 2005

ÍNDICE

PROJECTO EDITORIAL

ARTIGOS

- 9 TELMO GONÇALVES
Os temas da guerra - estudo exploratório sobre o enquadramento temático da guerra do Iraque na televisão
- 27 ISABEL SIMÕES
A morte de Diana, Princesa de Gales: mediatização e mitificação
- 41 SANDRA PEREIRA
A Comunicação Organizacional: em busca de autonomia
- 71 MAFALDA EIRÓ GOMES / JOÃO DUARTE
Os "Públicos" e a Comunicação Pública
- 87 ORLANDO GOMES
Comunicação com impacto macroeconómico: as Relações Públicas no Banco Central
- 115 EDUARDO GEADA
O Audiovisual e a Publicidade na sociedade de consumo
- 133 DOSSIER ESTUDOS DO CONSUMIDOR
- 135 FRANCISCO COSTA PEREIRA / CLARE D'SOUZA / SANDRA MIRANDA
Consumo e Auto-estima
- 159 ALEXANDRA MACHÁS
O alargamento dos barómetros de satisfação à lealdade dos clientes
- 177 NOTAS DE LEITURA
- 179 SÓNIA FERREIRA
Kelly Michelle Askew & Richard R. Wilk
The Anthropology of Media: a reader
- 183 ESTRELA SERRANO
Territórios do Jornalismo
Caleidoscópio - Revista de Comunicação e Cultura
Mário Mesquita (org.)

NORMAS DE PUBLICAÇÃO

PROJECTO EDITORIAL

A revista *Comunicação Pública* é um novo projecto editorial para o campo científico, académico e profissional, da comunicação. Não apenas mais um projecto que venha ampliar os meios já existentes neste domínio, mas um espaço de publicação concebido com a pretensão de acolher trabalhos de investigação, ensaios teóricos e notas críticas que, independentemente da diversidade de perspectivas, linguagens, contextos e objectivos que os caracterizem, façam das formas de comunicação o seu objecto comum. É esta a tradição da Escola Superior de Comunicação Social e a marca de originalidade que queremos conferir ao nosso projecto editorial.

A escolha do título *Comunicação Pública* reveste-se dessa intencionalidade programática. Sempre que somos confrontados com um objecto complexo, como é a "comunicação", torna-se necessário proceder a um conjunto de delimitações que, mesmo quando são parciais e discutíveis, nos permitem contudo balizar e definir os nossos próprios percursos e propósitos, em termos de reflexão e de produção teórica. Porquê então o nome *Comunicação Pública* e não um outro qualquer mais próximo talvez das formas institucionalizadas de designar o fenómeno e do seu entendimento comum? A noção de "comunicação de massa", tradução directa e imediata da expressão anglo-saxónica *mass communication*, é claramente herdeira de uma outra expressão, a de *mass media*, residindo precisamente nesta relação uma das suas maiores fragilidades. Em geral, e abstendo-nos de considerações ou definições específicas de um ou outro autor, o conceito de meios de comunicação de massa remete-nos para processos comunicacionais em larga escala caracterizados pela difusão de mensagens de um determinado centro emissor para uma pluralidade de receptores, difusão esta baseada em processos mecânicos e essencialmente electrónicos. Parecem assim excluídos desta definição os processos comunicacionais interpessoais e de pequeno grupo inscritos em estratégias de comunicação pública, processos presenciais ou que recorrem a instrumentos de contacto à distância. Toda a grande área, por exemplo, das relações públicas, da comunicação organizacional e grande parte da comunicação corporativa ficariam assim, *a priori*, excluídas. Hipoteticamente poderíamos ainda considerar uma outra expressão, a de "comunicação social", mas encontraríamos problemas semelhantes. A expressão "comunicação social" prende-se, também ela, em primeiro lugar, com os chamados meios de comunicação social, entendendo-se por tal, essencialmente, os meios responsáveis pela difusão de mensagens em grande escala.

Sob a designação de “comunicação pública” podemos abarcar mais explicitamente não só diferentes contextos de comunicação – interpessoal, grupal, organizacional, comunitário e social – como diferentes arenas geopolíticas – local, regional, nacional e internacional. E podemos ainda englobar os vários subsistemas especializados de actividade que, de uma forma profissional e organizada, repartem entre si a função social de levar até aos mais variados públicos todo o tipo de mensagens na contemporaneidade.

Dentro deste projecto, qualquer artigo, independentemente do seu objecto e/ou abordagem metodológica, deve oferecer uma contribuição significativa para a interpretação teórica ou para o conhecimento empírico e aplicado da comunicação, entendida nesta sua acepção mais ampla. Naturalmente, uma vez que as chamadas “ciências da comunicação” são uma área de cariz multifacetado e multidisciplinar, a *Comunicação Pública* não privilegia nenhum domínio científico ou paradigma teórico, desde que as análises a partir deles produzidas possam oferecer um contributo ao desenvolvimento, à compreensão e à construção de uma teoria da comunicação humana. Assumindo que pela sua natureza esta é uma área em que a delimitação de fronteiras entre disciplinas é muitas vezes artificial, a *Comunicação Pública* acolhe de bom grado contribuições da antropologia, da sociologia, da psicologia, da economia, da filosofia, da ciência política, da matemática e da estatística, da informática e da cibernética, da linguística, da neurofilosofia e da neuropsicologia para a explicação desse fenómeno consensualmente reconhecido mas dificilmente conhecido que é a comunicação humana. São igualmente do maior interesse para esta publicação todos os trabalhos direccionados sobretudo para abordagens comunicacionais mais aplicadas, como a comunicação organizacional, a comunicação de *marketing*, o jornalismo, o estudo dos meios, as relações públicas, a publicidade ou toda a área das novas tecnologias audiovisuais e multimedia.

Os promotores deste projecto identificam-se com uma comunidade educativa que é a Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, mas têm desde a primeira a hora a vontade de criar uma revista aberta à participação de todos os que estudam a comunicação e escrevem sobre ela. Basta que se revejam neste projecto e queiram contribuir para ele com os seus textos e propostas originais.

A Comissão Editorial