

## **Resumo / Abstract**

A comunicação apresentada reporta-se a um projeto em curso, que se propõe desenvolver uma análise alargada sobre os conteúdos e os propósitos dos jornais internos no nosso país nos dias de hoje. A finalidade desta comunicação que integra o colóquio de Relações Públicas subordinado ao tema “O Jornal de Empresa ao Serviço da Comunicação”, passa por identificar pela positiva certas características que contribuem para o sucesso dos jornais internos (o que fazer, os *do's*) e, por contraponto, o que evitar se se pretende alcançar a excelência nas publicações empresariais (o que não fazer, ou seja, os *dont's*). O ponto de partida foi a reflexão sobre um conjunto de indicadores que constituem o fundamento da avaliação do júri que preside ao concurso do Grande Prémio da Associação Portuguesa de Comunicação da Empresa (APCE), nomeadamente no que se refere à categoria de “Publicação Interna”. Esta iniciativa foi criada em 1995 para distinguir a excelência na estratégia da comunicação organizacional, estimulando, reconhecendo e divulgando as iniciativas dos profissionais desta área.

A ideia e a motivação para este projeto surgem a propósito da realização da exposição “*Imprensa Empresarial em Portugal – 145 anos de Jornais de Empresa*”, organizada pelo Dr. João Moreira dos Santos, para assinalar os 100 sobre a publicação, em 1915 nos EUA, da primeira obra dedicada aos jornais de empresa, pela mão de George Frederick Wilson, e ao mesmo tempo registar os 20 anos passados sobre a publicação da sua obra “*Imprensa Empresarial – Da Informação à Comunicação*”. No âmbito desta exposição comemorativa, realizada na Biblioteca Nacional, é dirigido um convite ao Grupo de Trabalho em Comunicação Organizacional e Institucional da SOPCOM (GT COI) e à Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa (APCE) para a realização de um colóquio, que em simultâneo aproximasse o passado e o futuro da imprensa empresarial em Portugal e reunisse em debate académicos e responsáveis por publicações internas no mundo empresarial, com o objetivo de promover uma reflexão sobre o percurso, as características, as limitações e as potencialidades, a função/utilidade do Jornal de Empresa.

## **Palavras-Chave / Key Words**

Comunicação Interna Estratégica; Relações Públicas com colaboradores; Publicações Internas; Jornal de Empresa.