

editorial

Esta edição da *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa* (RGPLP) assume um carácter distinto de que tem sido a nossa prática editorial. Temos, pela primeira vez, um editor convidado e um número da Revista totalmente dedicado a uma temática, neste caso, o Marketing Social.

É uma experiência que talvez venhamos a tentar noutras edições desde que a importância ou novidade dos temas o justifiquem.

A escolha desta temática justifica-se pela crescente importância que ela vem assumindo na nossa vida coletiva mas, também, pela ainda escassa publicação científica em português, quando comparada com a sua relevância na comunicação pública.

Nas palavras do Professor Carlos Oliveira Santos, o editor convidado desta edição: «Este número especial da RGPLP, reúne um excepcional conjunto de investigadores, provenientes de cinco países, de três continentes e de diversas e prestigiadas instituições universitárias, com largo leque de abordagens que vão desde uma dimensão macro, no plano das governações nacionais, a outras que se debruçam sobre aspetos mais específicos, tidos como novas potencialidades ou como novos processos instrumentais desta “disciplina”».

Assim, nesta edição, Diogo Veríssimo, da Johns Hopkins University, nos EUA, aborda o papel do contra-marketing numa curiosa intervenção de marketing social australiano, no âmbito da conservação da natureza. Jeff French, uma referência internacional da área, responsável pela direção e execução da política nacional de marketing do Governo britânico, aborda o tema do marketing do bem público. José Afonso Mazzon é um pioneiro do estudo do marketing social no Brasil. Com Hamilton Coimbra Carvalho propõe-se uma agenda para um incremento pleno do marketing social no seu país. Marco Antonio Cruz Morato, de Espanha, tem desenvolvido uma abordagem da pobreza e da exclusão social, cujos resultados, publica num trabalho conjunto com Antonio García Lizana e Josefa García Mestanza. Os australianos Stephan Dahl e Lynne Eagle apresentam com Victor Gomes Lauriano Souza a problemática da informação de saúde na Internet. O próprio Carlos Oliveira Santos apresenta uma componente dos seus trabalhos de doutoramento sobre o marketing social no Reino Unido.

Esperamos que os nossos leitores apreciem esta experiência face à edição normal da Revista e lançamos mesmo o desafio para que nos apresentem propostas de valor, sobre outras temáticas.

No próximo número retomaremos a edição nos termos habituais, pelo que apelamos ao envio de artigos centrados nas temáticas de gestão no âmbito da CPLP.



«Esperamos que os nossos leitores apreciem esta experiência face à edição normal da Revista e lançamos mesmo o desafio para que nos apresentem propostas de valor, sobre outras temáticas».



Luís Antero Reto
Diretor
luis.reto@iscte.pt

Bianor Scelza Cavalcanti
Diretor
bianor@fgv.br