



Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas

Margarida M. Krohling Kunsch (Org.)

São Paulo, SP:
Saraiva, 2009
509 páginas

Resenhado por:
Jorge Duarte

- Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)
- Graduado em Relações Públicas e em Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas (Ucpel)
- Técnico em Comunicação da Embrapa
- Assessor Especial da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República
- Ministra cursos de pós-graduação na Universidade Católica de Brasília (UCB), no Centro Universitário de Brasília (UniCeub), no Instituto de Ensino Superior de Brasília (Iesb), na Universidade de Fortaleza (Unifor), na Universidade Federal da Bahia (UFBA) e na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
- Autor das obras *Comunicação e tecnologia na cadeia produtiva da soja em MT e A viagem das sementes*
- Organizador ou coorganizador de diversos livros de Comunicação, como, entre outros: *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia; Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação; Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público; e Comunicação: discursos, práticas e tendências*
- Membro do Conselho Editorial da Revista *Organicom*
- j_duarte@terra.com.br

Construção dos alicerces de um paradigma brasileiro de Relações Públicas

Building the framework for a Brazilian Public Relations paradigm

La construcción de los fundamentos de un paradigma brasileño de las Relaciones Públicas

Margarida Kunsch é uma das principais lideranças acadêmicas em Comunicação Organizacional no Brasil. Desde seu clássico *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada* (1986), tudo o que produz desperta interesse, é examinado com atenção e torna-se referência. Permanece essencial acompanhar seu trabalho para entender o que ocorre na atividade de Relações Públicas.

Sua vasta produção de mais de trinta publicações, entre obras próprias e coletâneas, se vê agora acrescida de dois volumes sobre Comunicação Organizacional (ver resenhas nesta edição) e – o que interessa aqui – da coletânea *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São vinte capítulos agrupados em cinco partes. Vamos resumir conjuntos, autores e temas: 1) História: Waldemar Kunsch (evolução), Sidinéia Freitas (entidades de classe), Cláudia Moura (ensino); 2) Teorias do pensamento brasileiro: Waldyr Fortes (Teobaldo de Andrade); Roberto Porto Simões (rede teórica), Cicilia Peruzzo (teoria crítica), Margarida Kunsch (gestão estratégica); Fábio França (públicos); 3) Conceitos e aplicações: Maria A. Ferrari (cultura e valores), Ana L. Almeida (identidade e reputação), Paulo Nassar (história e memória); 4) Estratégia, dimensões e gestão do relacionamento: Cintia Carvalho (conflitos e crises), Ana M. Steffen (a atividade a partir do conceito de público), Cleuza Cesca (comunicação dirigida), Mariângela Silva (conexões com o marketing), Valéria Lopes e Guilherme Grandi (avaliação); e, por último, 5) Dimensão pública e comunitária: Cicilia Peruzzo (relações públicas em movimentos sociais e comunidades), Margarida Kunsch (planejamento e gestão), Maria J. Oliveira (alianças intersetoriais) e Ana Novelli (relações públicas governamentais).

Fácil perceber que estão presentes alguns dos mais importantes pesquisadores das últimas décadas na área, abordando os temas nos quais são referência acadêmica. Obra de resgate e síntese, cada texto tem qualidade inquestionável,

o que torna redundante qualquer análise de conteúdo, até mesmo porque quem transita pela área domina a essência de cada capítulo. Um texto que chama atenção é o de Ana Steffen. A autora discute as Relações Públicas sob dois enfoques: comunicação e poder. Ela considera estéril uma bibliografia com base em “citações sobre o que o outro disse, e não fundamentada em constatações oriundas de pesquisas científicas sobre a realidade” (p. 344). Seu texto é uma contribuição instigante porque tem potencial de provocar um debate sobre a produção acadêmica acumulada sobre Relações Públicas e sua apropriação por quem atua no mercado profissional.

Estamos no meio de uma etapa de transição na Comunicação Organizacional, com impacto talvez similar apenas ao ocorrido com a redemocratização do País. Novas formas de comportamento e linguagem, demandas de interação e acesso potencializadas pela Comunicação Digital e pela segmentação geram desafio imediato e extraordinário. Relações Públicas é hoje uma categoria (PR Lions) no festival de publicidade de Cannes (França) constitui-se em profissão do futuro segundo a *Folha de S.Paulo*, ganha perfil de área estratégica, tem enorme potencial de atuação em redes sociais, sustentabilidade e governança corporativa. O governo federal investe R\$ 15 milhões por ano em Relações Públicas no exterior, agências de Comunicação fazem alianças e incorporam *know-how* estrangeiro. Nunca como antes houve momento mais auspicioso para fazer Relações Públicas.

Demos um salto para uma comunicação de conexões, relacionamento, interação, compartilhamento, de negociação que exige integração, planejamento e estratégia das organizações, tudo relacionado ao DNA de Relações Públicas. Mas ainda parecem escassear informações e bússola para pensar a atividade e a profissão nessa nova realidade. Estudos independentes e literatura de referência adequada aos novos tempos fazem falta, em um período no qual ainda proliferam palestras, seminários e congressos com depoimentos de profissionais mais interessados em promover organizações do que em apresentar uma visão precisa e crítica da realidade. Pesquisas muitas vezes circulares não contribuem para resolver a velha questão sobre o papel e as possibilidades de contribuições das Relações Públicas em um universo da Comunicação Organizacional que passa por transformações rápidas e profundas.

Parece que as Relações Públicas não avançam em áreas fundamentais para a Comunicação. Ainda são poucos os estudos que se debruçam sobre a realidade atual em temas como relações com a mídia, *lobby*, relações interpessoais, liderança, interdisciplinaridade, comunicação interna, redes sociais, gestão de crises, atendimento ao público, comunicação digital e suas múltiplas possibilidades. Estes assuntos estão fora do radar? Falta divulgação, pesquisa, interesse? Estamos andando em círculos, tratando de temáticas afetivas mas pouco relevantes para o mundo atual? Temos necessidade de publicar e pouco tempo para investigar?

Precisamos mapear e entender o que está acontecendo, pois, em caso contrário, as Relações Públicas correm o risco de assumir-se em um sentido abstrato, vago, impressionista e distante da realidade, acomodada em um gueto de autorreferência e isolamento. Há, ainda, para complementar, o seu embaralhamento com a Comunicação Organizacional, que se encontra em ascensão, como mostra o lançamento de dois títulos pela própria Margarida Kunsch, parecendo ser essa área, no momento, potencialmente mais produtiva, até mesmo porque recebe contribuição efetiva de competentes especialistas de outras disciplinas.

O livro *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas* sintetiza os avanços acadêmicos no País nos últimos vinte anos. A questão que se coloca é a urgência de cotejar seu conteúdo com a situação atual para definir o papel e a contribuição da área. É preciso dar um mergulho para desvendar o presente, mesmo em uma realidade mutante, e diminuir o *gap* entre a produção de conhecimento e as práticas de mercado. E estabelecer um plano de voo para os novos tempos.