



Margarida M. Krohling Kunsch
e Waldemar Luiz Kunsch (orgs.)

***Relações Públicas Comunitárias:
a Comunicação numa perspectiva
dialógica e transformadora***

São Paulo:
Summus, 2007.
372 páginas

Carolina Frazon Terra

- Mestre pelo Programa Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Professora dos cursos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda da Universidade de Santo Amaro (Unisa) e da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap)
- Pesquisadora na temática das novas tecnologias de comunicação
- Coordenadora de Comunicação Corporativa do site MercadoLivre
- Editora do blog RPalavreando (<http://rpalavreando.blogspot.com>)
- carolinaterra@uol.com.br

Relações Públicas de mão-dupla: uma reflexão sobre o papel da comunicação junto à comunidade

O livro *Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora* conseguiu reunir em uma mesma obra diversas interfaces sobre as Relações Públicas Comunitárias, adquirindo o caráter de manual sobre a temática. A obra é dividida em quatro partes: a construção da cidadania como base das RP Comunitárias; conceitos e fundamentos; frentes de atuação; e estratégias específicas.

Na primeira parte, Massimo Di Felice traz à tona as formas digitais do social em função das tecnologias comunicativas e das interações humanas que ocorrem cada vez mais via meios eletrônicos que, por sua vez, criam situações sociais novas. O RP é, para ele, um gestor da imagem da instituição e deve estar atento aos anseios da cidadania e da justiça social. Portanto, aqui, é possível fazer emergir o conceito de interface, de mediação para as Relações Públicas (entre duas naturezas distintas), funcionando como uma membrana.

Ainda nessa parte, Cícilia Maria Krohling Peruzzo, uma defensora das Relações Públicas na contramão, aponta o papel central da comunicação na construção da cidadania e na comunicação para mudança social, desde que estejam nas mãos dos cidadãos. Vale reforçar que tais canais de comunicação, muito mais amplos e participativos, não competem com as grandes mídias, mas, sim, contribuem para a pluralidade de conteúdos.

Margarida Kunsch é responsável pelo terceiro capítulo dessa primeira parte, trabalhando os conceitos de sociedade civil, multicitadania e Comunicação Social. Segundo a autora, a sociedade civil deve influenciar na mudança do *status quo*, do poder do Estado e do mercado. Kunsch também faz uso dos conceitos de Cortina (2005) para descrever outras formas de cidadania - multicultural, cosmopolita, social, econômica e empresarial. Define duas cidadanias: a planetária e a corporativa, sendo a primeira liderada por movimentos sociais, ONGs, associações, ativistas, grupos de interesse da sociedade civil que ganham destaque na mídia global; já a segunda, caracteriza-se pela iniciativa privada visando à sustentabilidade. Um debate que surge desses conceitos é se, de fato, as empresas têm genuína preocupação com a responsabilidade social empresarial, uma vez que, em primeira instância, estão preocupadas com o lucro. Sobre o papel da comunicação diante do cenário da responsabilidade social, Kunsch evidencia a visibilidade que pode ser conquistada pelos comunicadores, mídia e terceiro setor via meios de comunicação, além dos movimentos de sensibilização da opinião pública e de consciência social, essenciais na sociedade contemporânea que se pretende democrática e cidadã.

Regina Escudero César preocupou-se em elucidar o papel das Relações Públicas como instrumento para a criação da cidadania em meio às redes sociais na era da globalização. Os movimentos sociais são, segundo a autora, parte do processo de formação da cidadania e uma via de mão dupla que envolve vários grupos com fins de geração de compromisso.

As mídias passam a fazer parte da ação coletiva, são o canal de acesso dos cidadãos às informações ligadas à sua atuação e também se configuram como instrumento de visibilidade política e coletiva. Porém, não são só os instrumentos e técnicas que participam do processo comunicacional dos movimentos sociais. As estratégias de relacionamento é que são fundamentais para o convencimento dentro do contexto de interações mediadas, jogos de interesse, visões, contradições e conflitos.

Abrindo a segunda parte – Conceitos e Fundamentos Teóricos –, Waldemar Luiz Kunsch faz um resgate das Relações Públicas Comunitárias no Brasil, ressaltando que a partir da década de 1980 é que houve maior conscientização sobre o campo. Waldemar Kunsch faz um retrospecto de autores da comunicação que falaram sobre o tema e propõe uma abordagem, em nove etapas, para constituir as Relações Públicas Comunitárias.

Antonio Teixeira de Barros retoma a teoria da ação comunicativa de Habermas para a abertura dos horizontes teóricos do campo das RP e apresenta a folkcomunicação como campo que valoriza a interação social, a cultura popular, as vivências comunitárias, os costumes, a tradição oral e demais manifestações culturais intersubjetivas.

Cicília Peruzzo versa sobre comunicação comunitária e gestão participativa, sendo que a primeira surge das necessidades locais e serve aos interesses das associações comunitárias e a segunda garante a partilha do poder de expressão e gestão da instituição. No entanto, a autora destaca que a gestão participativa não é tão democrática na prática quanto é na teoria.

RP na construção da cidadania dos grupos populares é o tema do capítulo de José Felício Goussain Murade, que afirma que as Relações Públicas, como porta-vozes do discurso hegemônico, acabam por promover a ideologia dominante. As RP, a seu ver, podem contribuir para a organização da sociedade civil, estimulando a comunicação pública e incentivando a participação na política de terceira via.

Margarida Kunsch retoma o histórico das RP Comunitárias no quinto capítulo da segunda parte, além de reforçar o papel de articulador e incentivador do profissional de RP, muito mais do que mero difusor e tecnólogo. Uma grande contribuição da autora nesse capítulo são os princípios indispensáveis para a atividade das RP Comunitárias: reconhecer a complexidade social e ter visão de mundo; dominar as teorias, as técni-

cas e os instrumentos de RP; ter educação libertadora como norteadora das ações; valorizar a cidadania e a solidariedade humana.

Maria José da Costa Oliveira trabalha no sexto item as questões sociais como presentes nos três setores da sociedade e a atuação do RP, sempre se preocupando com a edificação de uma sociedade que alcance o equilíbrio entre igualdade, liberdade e fraternidade a fim de atingir prosperidade. A autora também confirma que adotar práticas de cidadania empresarial beneficia as organizações, agrega valor à imagem e influencia a preferência do consumidor. Maria José aproveita para trazer à luz o conceito de *accountability* como sinônimo de compromisso social e de geração de credibilidade, reafirmando a necessidade das empresas em se consolidarem em ambos esses aspectos.

Fernanda Gabriela Borges fecha a segunda parte definindo o conceito de responsabilidade social corporativa e evidenciando que ser socialmente responsável é muito mais abrangente que atingir apenas os agentes do entorno organizacional, mas, também, as conseqüências que geram para a comunidade local, para o meio ambiente e outros âmbitos da sociedade.

A terceira parte – Frentes de alteração e dimensões práticas das RP – é inaugurada por Mariângela Haswani, que revê o papel de gerenciamento dos assuntos de interesse público, antes nas mãos do Estado e hoje com o terceiro setor. A autora polemiza ao levantar a questão dos espaços vagos que a comunicação pública-estatal deixa no âmbito acadêmico. Além de resgatar momentos importantes para as RP e para as relações sociais, a autora apresenta algumas possibilidades de parceria que têm ocorrido em nossa sociedade.

Mauren de Leni Roque aborda as RP no terceiro setor e, dentro disso, os conceitos da terceira via, filantropia empresarial e o papel das RP nesse contexto como responsáveis pelo diálogo e cooperação transparentes a serviço do social.

Gislaine Rosetti trata das RP com as comunidades locais, comportamento que ultrapassa a filantropia para se firmar como uma colaboração efetiva para a transformação social. Neste ínterim, a adoção de uma estratégia verdadeira (e não apenas uma jogada de Marketing) se faz imprescindível.

Severino Alves de Lucena Filho retoma a folkcomunicação trabalhada na segunda parte do livro como uma alternativa para a construção dos processos comunicacionais integrados de forma a utilizar a cultura local na construção de relacionamentos organizacionais dirigidos e ligados ao terceiro setor.

Manoel Marcondes Machado Neto aproveita-se do gancho cultural trabalhado no capítulo anterior para ressaltar que as políticas culturais ajudam a ampliar e consolidar os direitos do cidadão.

Na quarta e última parte livro – Estratégias, técnicas e instrumentos das RP Comunitárias –, Margarida Kunsch ilustra a importância do planejamento como condição para uma gestão estratégica das RP Comunitárias. Margarida enumera as possibilidades metodológicas do planejamento das RP Comunitárias.

Fred Izumi Utsunomiya retoma o conceito de comunicação de mão dupla para abordar a gestão da comunicação institucional no desenvolvimento das práticas de RP no terceiro setor. O autor aponta a relevância do papel do cidadão mais ativo e atuante ao cobrar posturas responsáveis dos entes organizacionais. Além disso, Utsunomiya acredita que, para obter sucesso, uma organização precisa trabalhar dois aspectos estratégicos de comunicação institucional: sua identidade e sua proposta.

Henrique Wendhausen defende que apenas um bom diagnóstico acarreta no êxito das demais fases do planejamento. E, para que essa leitura analítica aconteça, é preciso munir-se de uma constante postura de problematização, adaptação de linguagens, flexibilidade e criatividade para a ampliação de espaços e canais capazes de expandir o nível de participação dos envolvidos.

Segundo Luísa Helena Alves da Silva, uma nova competência das RP surge ao lidar com as RP Comunitárias – promover, via comunicação, educação e conhecimento, diálogos constantes, trocas de experiências e convívio, ações sistemáticas que possam modificar os quadros estáticos da exclusão social. Esse novo conjunto de tarefas exige novas posturas profissionais. São aguçados os vieses de negociação, articulação e influências na necessidade de um planejamento estratégico das RP Comunitárias.

Luísa Helena introduz a importância dos parâmetros de eficácia para o planejamento, de forma a analisar o seu desenvolvimento, modificá-lo, flexibilizá-lo e atingir a eficácia, tanto para as comunidades, projetos e ONGs beneficiadas quanto para os atores organizacionais promotores e/ou participantes.

Por fim, vale pôr em evidência que, apesar do tema já ter sido objeto de estudos anteriores, os organizadores tiveram êxito ao reunir profissionais e acadêmicos de peso em suas áreas, os quais discorreram sobre a presença, as práticas e a necessidade de uma estratégia de Relações Públicas Comunitárias diante de uma sociedade midiaticizada (mas ainda excludente) e de uma opinião pública questionadora e influente em suas posições. Trata-se de leitura enriquecedora para estudantes, profissionais e pesquisadores não só de comunicação, como também de áreas afins às práticas sociais e comunitárias.