

organicom

ISSN 1807-1236

REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS • ANO 3 • NÚMERO 5 • 2º SEMESTRE DE 2006

RELAÇÕES PÚBLICAS: Campo Acadêmico e Profissional

USP

eca


Gestcorp
PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU DE
GESTÃO ESTRATÉGICA EM COMUNICAÇÃO
ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS

USP - Universidade de São Paulo

REITORA
Suely Vilela

VICE-REITOR
Franco Maria Lajolo

ECA - Escola de Comunicações e Artes

DIRETOR
Luiz Augusto Milanese

VICE-DIRETOR
Mauro Wilton de Souza

PRESIDENTE DA COMISSÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO
Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo

CHEFE DE DEPARTAMENTO
Victor Aquino Gomes Correa

SUPLENTE
Sandra Maria Ribeiro de Souza

PPGCOM - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação

ÁREA
Interfaces Sociais da Comunicação

LINHA DE PESQUISA
Políticas e Estratégias de Comunicação

Abrapcorp - Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas

Diretoria – 2006 - 2008

PRESIDENTE
Margarida M. Krohling Kunsch
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

VICE-PRESIDENTE
Ivone Lourdes de Oliveira
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

DIRETOR ADMINISTRATIVO
Luiz Alberto de Farias
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Universidade Cruzeiro do Sul
Faculdade Cásper Líbero

DIRETORA CIENTÍFICA
Cláudia Peixoto de Moura
Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul

DIRETORA DE RELAÇÕES PÚBLICAS
Celsi Brønstrup Silvestrin
Universidade Federal do Paraná

DIRETOR EDITORIAL
João José Azevedo Curvello
Universidade Católica de Brasília

Conselho Fiscal

Maria Aparecida Ferrari
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Universidade Metodista de São Paulo

Maria do Carmo Reis
Universidade Federal de Minas Gerais

Ricardo Caribe Cavalcante
Universidade Federal da Bahia

Conselho Consultivo

Cicilia Krohling Peruzzo
Universidade Metodista de São Paulo

Fábio França
Universidade Metodista de São Paulo

Paulo Nassar
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Associação Brasileira de Comunicação Empresarial

Sidinéia Gomes Freitas
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

GESTCORP - Curso de Pós-Graduação (*lato-sensu*) de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas

COORDENADORA
Margarida M. Krohling Kunsch

ASSISTENTE ACADÊMICA E ADMINISTRATIVA
Rosângela Zomignan

SECRETÁRIA
Sueli Gomes

TÉCNICO
Carlos Eduardo Galisteu

ESTAGIÁRIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS
Juliana Meirelles

Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
Prédio 3 - Sala 17
CEP 05508-020 - Cidade Universitária
São Paulo - SP - Brasil
www.eca.usp.br/organicom
organicom@eca.usp.br
gestcorp@eca.usp.br
(55-11) 3091-4224

Sumário

5 Editorial

espaço aberto

12 Denise da Costa Oliveira Siqueira

Informação, relações de poder e Comunicação nas organizações: uma reflexão sobre o campo

dossiê

30 Margarida M. Krohling Kunsch

Gestão das Relações Públicas na contemporaneidade e a sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil

62 Antoni Noguero i Grau

Consideraciones acerca de las Relaciones Públicas en el siglo XX y su incardinación actual en el fenómeno de la globalización

82 Maria Aparecida Ferrari

As dimensões locais das Relações Públicas internacionais: teorias e paradigmas

96 Maria José da Costa Oliveira e Silvana Nader

Relações Públicas na gestão da responsabilidade social: desafio e oportunidade

108 Manoel Marcondes Machado Neto

Marketing para as artes: a evolução do conceito de Marketing cultural e a importância desse campo de atuação para o profissional de Relações Públicas

120 Sergio José Andreucci Junior

A atuação do profissional de Relações Públicas em pequenas e médias empresas

132 Carolina de Avellar Barbosa

Relações Públicas somente para grandes empresas?

pesquisa

154 Paulo Nassar

Relações Públicas e História Empresarial no Brasil

depoimentos

180 Mário Carlos Beni

Relações Públicas e o desenvolvimento sustentável do Turismo

188 Augusto Rodrigues

Relações Públicas com investidores: o valor da informação

194 Cristina Ambrogi Leite Collina

A atuação do profissional de Relações Públicas no mercado da saúde: a experiência no Hospital Samaritano de São Paulo

entrevista

204 Sergio Giacomo

Muito além das fronteiras

resenha

219 Ana Maria Roux Valentini Coelho Cesar

Cultura organizacional para melhor competir

225 Claudio Cardoso

Marketing levado a sério

229 Ivone de Lourdes Oliveira

Visão conceitual e crítica das Relações Públicas numa perspectiva da responsabilidade histórica e social das organizações

234 Normas para publicação

Conselho Editorial

PRESIDENTE

Margarida M. Krohling Kunsch

MEMBROS EFETIVOS

Abraham Nosnik Ostowiak

Universidad Anáhuac - México

Antonio Castillo Esparcia

Universidade de Malaga - Espanha

Carlos Alberto Messeder

Universidade Federal do Rio de Janeiro - Brasil

Cláudio Cardoso

Universidade Federal da Bahia - Brasil

Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Brasil

Elizabeth Saad Corrêa

Universidade de São Paulo - Brasil

Federico Varona

San José State University - USA

Gaudêncio Torquato

Universidade de São Paulo - Brasil

George Cheney

The University of Utah - USA

Heliodoro Teixeira Bastos

Universidade de São Paulo - Brasil

Heloiza Helena Gomes de Matos

Universidade de São Paulo - Brasil

Ivan Santo Barbosa

Universidade de São Paulo - Brasil

Ivone Lourdes de Oliveira

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - Brasil

James Grunig

University Of Maryland - EUA

Joan Costa Solá Segales

CIAC International - Espanha

Jorge Duarte

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - Brasil

João José Azevedo Curvello

Universidade Católica de Brasília - Brasil

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Universidade de São Paulo - Brasil

Maria Schuler

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Brasil

Mariluz Restrepo Jiménez

Universidad Nacional de Colombia - Colombia

Mauro Wilton de Souza

Universidade de São Paulo - Brasil

Octavio Islas

Tecnológico de Monterrey - campus Estado de México, México

Pablo Antonio Múnera Uribe

Decano Comunicación Organizacional - Colegiatura Colombia

Paulo Nassar

Associação Brasileira de Comunicação Empresarial - Brasil

Ricardo F. Freitas

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - Brasil

Rodolfo Guttilla

Associação Brasileira de Comunicação Empresarial - Brasil

Sandra Marinho

Universidade do Minho - Portugal

Sidinéia Gomes Freitas

Universidade de São Paulo - Brasil

Wilson da Costa Bueno

Universidade Metodista de São Paulo - Brasil

Equipe Editorial

DIRETORA

Margarida M. Krohling Kunsch

EDITOR

Luiz Alberto de Farias

MTB 36596-SP / CONREXP 3033

EDITOR EXECUTIVO

Paulo Celestino da Costa, filho

MTB 998-RN

COORDENADOR DE PRODUÇÃO

Leandro Orsolini Duarte • www.dubb.com.br

PRODUTORA EXECUTIVA

Rosângela Zomignan

COMUNICAÇÃO E ASSINATURAS

Juliana Meirelles

REVISÃO E NORMATIZAÇÃO

Else Lemos

VERSÕES E REVISÃO DE TEXTOS EM ESPANHOL

Óscar Curros

REVISÃO DE TEXTOS EM INGLÊS

Robert L. Backer

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Tânia Maria dos Santos • 2 Estúdio Gráfico

Leandro Orsolini Duarte

ILUSTRAÇÕES

Maurício Pierro • www.pierro.com.br

WEBMASTER

Leandro Tavares Gonçalves

CAPA

Fabio Candeias • www.dubb.com.br

FOTOS DA ENTREVISTA

Cedidas por Sergio Giacomo

Ficha catalográfica elaborada pelo Serviço de Biblioteca e Documentação - ECA-USP

Organicom: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas / [publicação do Curso de Pós-graduação de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo]. — Ano 3, nº 5 (2º semestre de 2006). — São Paulo: GESTCORP/ECA/USP, 2006 - 190p.; 27 cm

Semestral
ISSN 1807-1236

1. Comunicação 2. Comunicação Organizacional 3. Relações Públicas 4. Campo Acadêmico e Profissional I. Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes. Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo. Curso de Pós-Graduação de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

CDD - 21 ed. - 302.2
658.45
659.2

Os artigos publicados são de responsabilidades de seus autores. Não é permitida a reprodução total ou parcial do conteúdo da revista sem prévia autorização por escrito da equipe editorial.

PATROCINAM ESTA EDIÇÃO

ODEBRECHT

BASF
The Chemical Company

Editorial

O mundo de hoje nos traz uma infinita capacidade de conexão com o entorno. Aliás, isso parece condição *sine qua non* para que sigamos os nossos caminhos profissionais ou mesmo pessoais. Somos cobrados por isso; exigimos isso de nós mesmos. Há uma quase negação de certas tradições e a quase crença de que a tecnologia, com suas soluções instantâneas – que chegam a parecer mágicas –, possa nos fazer chegar a uma posição de equilíbrio com todos e com tudo a nossa volta.

As conexões, entretanto, parecem remeter cada dia mais não somente ao talento de nos manter “plugados”, mas de adicionar valor por meio dessas relações. É nesse sentido que trazemos em nossa capa uma figura que remete à simplicidade de um jogo em que os movimentos e as relações se estabelecem a partir do todo, de forma dinâmica, mas determinadas pela ação individual. Os diversos agentes da sociedade e os diversos *players* do mercado trazem para as Relações Públicas o papel de ser um dos fios condutores entre as interações dos diversos públicos.

Como a roda não mais se inventa, vale lembrar que há cerca de um século, historicamente, surgiram as atividades de Relações Públicas. Em um primeiro momento, de modo fortemente instrumental, essas operações visavam à conquista de melhor entendimento ou aceitação e hoje trabalham para o estabelecimento do diálogo e dos relacionamentos duráveis. A construção da opinião pública supera a idéia da facilidade trazida pela tecnologia. Ao contrário, faz com que ela se torne ainda mais volátil e, por conseguinte, sujeita a maior cuidado por parte dos profissionais que têm por ofício edificar pontes entre os diversos tecidos que compõem a sociedade.

Esta edição da *Organicom* traz reflexões sobre o campo das Relações Públicas tanto na perspectiva de sua institucionalização profissional e acadêmica quanto das novas possibilidades que surgem na contemporaneidade. Faz 40 anos que a profissão de Relações Públicas foi regulamentada no Brasil – e como quer que vejamos a Lei 5.377 (11/12/1967), como vilã ou como heroína, a sua compreensão é essencial na interpretação do trajeto histórico da atividade, – além do primeiro curso dedicado à formação de profissionais, fomentando, por consequência, as primeiras pesquisas brasileiras desse campo, a partir da década de 1970.

A profissão é historicamente relacionada à criação do primeiro escritório dedicado a esse fim, na cidade de Nova York, em 1906, pelo norte-americano Ivy Ledbetter Lee, que “descobriu” a necessidade de empresas relacionarem-se melhor com públicos estratégicos. Daí para a implantação de programas de Relações Públicas foi uma con-

seqüência. Entre os passos de Lee e a regulamentação da profissão em nosso País, algumas décadas – e muitos acontecimentos – se passaram, e o ano de 1966 marcou a criação da Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo, depois rebatizada como Escola de Comunicações e Artes, a conhecida ECA. Este novo espaço abrigaria, a partir do ano seguinte, diferentes formações da área da Comunicação, e assim se inicia, em 1967, o primeiro curso superior de Relações Públicas no Brasil. Tal iniciativa iria ao encontro da crescente importância da comunicação, mesmo em tempos de Regime Militar. Até porque a comunicação na então conjuntura era vista como uma questão de segurança nacional. Daí os decretos regulamentares do Jornalismo, em 1969, e do campo das Comunicações em geral. Não podemos esquecer que foi nesse contexto que a profissão de Relações Públicas foi regulamentada.

Ao longo dos anos, a profissão de Relações Públicas ganhou espaço em todo o País e novos cursos foram criados em todas as suas regiões. Isso acompanhou o processo de desenvolvimento do mercado profissional, que exigia maior qualificação em todos os sentidos: técnico e científico. A ECA, por seu tempo, também trouxe como ação pioneira a criação dos primeiros cursos de pós-graduação *stricto sensu* no Brasil, em 1970, conferindo a Cândido Teobaldo de Souza Andrade e a Francisco Gaudêncio Torquato do Rego o título de primeiros doutores em Relações Públicas e em Comunicação Empresarial de nosso País, respectivamente. O curso de graduação vinha, assim, a conquistar maturidade científica, ganhando o aval de pesquisas que extrapolavam o espaço técnico.

Isso hoje já não causa surpresa, pois novos pólos do saber se constituíram no País, mas há três décadas realmente fazia diferença. A própria constituição de outros espaços, que permitiram a descentralização e o fortalecimento da busca de sentido regional às pesquisas, também teve o apoio da ECA, pois de lá saíram muitos pesquisadores que, de volta a suas regiões, estimularam a consolidação da área.

Os hiatos que até certo tempo se percebiam entre a comunidade acadêmica e a de mercado também parecem ceder à necessidade de cooperação, sendo preenchidos pelo diálogo. As diversas atividades realizadas em parceria pelos órgãos representativos são prova disso. Uma iniciativa importante da ECA-USP nessa direção foi a criação, em 1999, do curso de especialização (pós-graduação *lato sensu*) de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Gestcorp), que tem permitido uma maior integração de nossa escola com a sociedade. O objetivo principal deste curso é formar estrategistas e gestores da Comunicação Organizacional com ampla visão da sociedade e de suas interseções com as Ciências da Comunicação e, desse modo, trazer para o debate científico-acadêmico os profissionais que estão no mercado e que sentem necessidade de embasamento teórico para a prática de suas atividades.

Outro destaque que merece novo registro foi a criação da própria *Organicom*, em 2004, que tem permitido maior estreitamento entre os temas que demandam estudos por parte da academia e do mercado. Esta publicação científica tem permitido que

pesquisas de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas realizadas nas universidades – brasileiras e estrangeiras – saiam dos muros universitários e se democratizem no intuito de contribuir para novas intervenções sociais e para a melhoria da comunicação que vem sendo produzida nos ambientes institucionais. A ciência tem que estar a serviço da sociedade.

A Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), criada em 2006, também veio para consolidar as características de multidisciplinaridade e de permanente interseção que representam o perfil de Relações Públicas.

Neste número, a *Organicom* traz um dossiê com o tema *Relações Públicas: campo acadêmico e profissional*. A crescente produção técnico-científica desta área no Brasil e no mundo percebida nos últimos anos é, em parte, contemplada neste número. No artigo *Gestão das Relações Públicas na contemporaneidade e a sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil*, Margarida M. Krohling Kunsch (ECA-USP) apresenta o panorama da construção do campo de Relações Públicas com base em estudos que desenvolve já há alguns anos. Antoni Nogueru i Grau, da Universidade Autônoma de Barcelona, trabalha *Considerações acerca das Relações Públicas no século XX e sua incorporação atual ao fenômeno da globalização*, indo ao encontro de uma questão recorrente e com a qual a própria existência da *Organicom* se relaciona.

Na seqüência, autores apresentam sua *expertise* com textos que permitem uma visão mais ampla sobre os diversos caminhos e novas possibilidades de mercado de trabalho para as Relações Públicas. Maria Aparecida Ferrari (Umesp e ECA-USP) escreve sobre *As dimensões locais das Relações Públicas internacionais: teorias e paradigmas*, trazendo à tona a criteriosa análise da área em um espaço tão complexo quanto a ação internacional. Um tema que recebe grande atenção de todos os setores da sociedade na contemporaneidade é o do artigo *Relações Públicas na gestão de responsabilidade social: desafio e oportunidade*, escrito por Silvana Nader (Metrocamp), ex-aluna da ECA-USP, e Maria José da Costa Oliveira (Metrocamp).

Também objeto de grande espaço nas agendas de discussão é a aproximação das Relações Públicas com a cultura, tratado por Manoel Marcondes Machado Neto (Uerj) no artigo *Marketing para as artes: a evolução do conceito de Marketing cultural e a importância desse campo de atuação para o profissional de Relações Públicas*.

Dois artigos trazem à tona a ação de Relações Públicas destinada a novos segmentos. Sergio José Andreucci Jr. (Cáspser Libero), com o texto *A atuação do profissional de Relações Públicas em pequenas e médias empresas*, mostra que as perspectivas são promissoras, e Carolina de Avellar Barbosa, ex-aluna do Gestcorp, em *Relações Públicas somente para grandes empresas?*, fruto de sua monografia final do Gestcorp, destaca também que as alternativas existem e que cabe aos profissionais da área descobri-las e cultivá-las.

Paulo Nassar (ECA-USP e Aberje), com o artigo *Relações Públicas e História Empresarial no Brasil*, traz parte de sua pesquisa de doutorado desenvolvida na ECA, em 2006, na qual expressa um campo a ser mais trabalhado por parte das organizações e dos profissionais de Relações Públicas.

Para homenagear a ECA-USP e o primeiro curso de Relações Públicas do País, a *Organicom* entrevistou seu ex-aluno Sergio Giacomo – formado em 1987 e com uma trajetória internacional que nos é contada por sua brilhante atuação em organizações no Brasil e em outros países –, hoje Gerente Global de Identidade Corporativa da Shell, na Holanda.

O Espaço Aberto traz o artigo de Denise da Costa Oliveira Siqueira (UERJ), sobre *Informação, relações de poder e Comunicação nas organizações: uma reflexão sobre o campo*, que destaca as interconexões entre a informação e o poder no ambiente organizacional.

Este número inaugura uma nova seção reservada a depoimentos de pesquisadores e/ou profissionais para que, de uma forma mais livre, possam expor suas percepções e propostas, bem como registrar experiências vivenciadas no mercado profissional. Contamos com as contribuições do professor e pesquisador da ECA-USP e um dos primeiros docentes do curso de Relações Públicas desta escola, Mário Carlos Beni, que propõe grandes possibilidades de uma atuação de Relações Públicas voltada para o Turismo sustentável no texto *Relações Públicas e o desenvolvimento sustentável do Turismo*; de Cristina Ambrogi Leite Collina, ex-aluna do Gestcorp e assessora de Comunicação Corporativa do Hospital Samaritano de São Paulo que, no artigo *A atuação do profissional de Relações Públicas no mercado da saúde: a experiência no Hospital Samaritano de São Paulo*, demonstra possibilidades reais e bem-sucedidas dessa área no campo da saúde; e de Augusto Rodrigues, diretor de Comunicação Empresarial da CPFL Energia, que com o texto *Relações Públicas com investidores: o valor da informação*, sinaliza, conforme já destacado em outros segmentos, as relações com investidores e com o mercado de capitais como um campo a ser mais estudado e explorado pelos profissionais da área.

As Relações Públicas são praticadas por muitas interfaces – quer no campo acadêmico, quer no mercado profissional – e estão como pano de fundo para a sustentação e a gestão dos relacionamentos das organizações e seus públicos. Sua maturidade e sua consolidação dependem de debates dos seus agentes realizados de forma construtiva, que permitam um nível constante de aprofundamento, o diálogo plural entre aqueles que estão nas fronteiras, que percorrem caminhos, às vezes difíceis e desafiantes, e ao mesmo tempo complexos, no mundo das instituições e organizações.

São grandes os desafios frente à contemporaneidade, mas é certo que as Relações Públicas são essenciais para planejar e pensar estrategicamente metodologias, com base em pesquisas e auditorias, que permitam criar e consolidar relacionamentos que

não são apenas figura de retórica, mas elementos de sustentação do fazer e do saber do mundo corporativo, da esfera pública/governamental e do terceiro setor.

Esperamos que o dossiê temático deste número da *Organicom* possibilite um novo debate sobre o verdadeiro sentido das Relações Públicas tanto no meio acadêmico quanto no mercado profissional. A sociedade contemporânea, pela sua complexidade e novas exigências, espera de nós novos olhares e posturas que ultrapassem as fronteiras do corporativismo fechado em si mesmo e sem eco nos ambientes organizacionais e sociais.

Boa leitura!

OS EDITORES