



RESENHA

COMUNICAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE

Kamille Ramos Torres¹

GONÇALVES, Gisela; FELIPPI, Angela (org.). *Comunicação, Desenvolvimento e Sustentabilidade* – Coleção Relações Públicas e Comunicação Organizacional. Vol. 2. LABCOM, 2014.

A discussão sobre a temática “comunicação” vem se ampliando no Brasil. Novas abordagens e conceitos vêm ganhando notoriedade nas pesquisas acadêmicas. Abordagens em torno do acesso à informação, da inclusão digital, da democracia deliberativa e/ou participativa, da comunicação organizacional, entre outros, têm corroborado para o desenvolvimento das teorias da comunicação. Busca-se, através deste *paper*, apresentar uma resenha da obra “*Comunicação, Desenvolvimento e Sustentabilidade*” organizada por Gisela Gonçalves e Ângela Felippi. A obra faz parte da coleção “*Relações Públicas e Comunicação Organizacional*” composta por quatro volumes.

“*Comunicação, Desenvolvimento e Sustentabilidade*” foi publicada em 2014 em formato digital pelo Laboratório de Comunicação *On-line* (LabCom) e disponibilizado gratuitamente na *internet*².

Gisela Gonçalves é doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI) e pesquisadora integrante do Laboratório de Comunicação *On-line* (LabCom). Ângela Felippi é doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e líder do Grupo de Pesquisa Desenvolvimento Regional e Processos Socioculturais do diretório de pesquisas do CNPq.

A coletânea tem como proposta apresentar a comunicação por meio da

¹ Graduanda em Administração pela Faculdade Novo Milênio/ FNM.

² Obra disponível em: < http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141217-vol2_comunicacao_desenvolvimento_sustentabilidade.pdf>.

interdisciplinaridade e, dessa forma, evidenciar várias das vertentes em torno do conceito “Comunicação”. Em onze capítulos compondo ao todo 200 páginas, as organizadoras buscaram trazer à tona a temática do desenvolvimento e da sustentabilidade.

A temática do desenvolvimento e da sustentabilidade não pode ser abordada sem uma visão alicerçada no social, nas redes de relações e assimetrias que se encontram no seio da sociedade e no papel da comunicação para as mitigar. Portanto, a comunicação, incluindo as Relações Públicas, têm que superar o seu papel instrumental para se elevar a um lugar de viabilizadora de processos comunicacionais que deem voz aos distintos segmentos e grupos sociais, numa perspectiva participativa, horizontal e plural. (GONÇALVES & FELIPPI, 2014, p. 3-4).

Os capítulos da obra são compostos por artigos de diversos autores, tanto do Brasil como de Portugal, relacionados às áreas de Ciências da Comunicação, Sociologia, Relações Públicas e Gestão, que tratam do tema através da revisão de literatura. No livro é analisada como a comunicação desenvolve-se em várias esferas, tais como nas instituições públicas e privadas, no terceiro setor e na sociedade.

No primeiro capítulo, “*O papel dos Relações Públicas na Comunicação para o Desenvolvimento*”, Antonio Herbelê debate a função do profissional de relações públicas. Herbelê (2014) afirma que é preciso pensar na comunicação como um ato de interação com a sociedade, operando com isso fora do seu lado instrumental. A comunicação instrumental é apenas informativa, ou seja, uma comunicação técnica, que não interage. Ainda de acordo com o autor, é necessário um “conhecimento de causa” para se atuar como profissional de relações públicas, ou seja, conhecer os problemas da sociedade o que para o autor significa comunicar para o desenvolvimento, sendo o ideal que as instituições foquem nesse aspecto.

No segundo capítulo, “*Comunicação organizacional (re)significada pelas cooperativas de economia solidária: um novo olhar para o planejamento estratégico de comunicação*”. A autora Caroline Delevati Colpo tem como objeto de estudo as cooperativas de economia solidária “(re)significadas e (re)construídas” na economia contemporânea. Colpo trata em seu texto da “(re)significação” da comunicação organizacional, dando maior enfoque na comunicação da organização com o público e na necessidade de um planejamento estratégico. A autora explica que para se aplicar o planejamento do processo comunicativo em instituições privadas necessita-se ter como base a comunicação que é estabelecida em organizações comunitárias (cooperativas de economia solidária).

No terceiro capítulo o leitor encontrará o texto intitulado “*Sustentabilidade & Negócio: o caso do microcrédito*” das autoras Maria João Nicolau dos Santos e Celma Padamo. Estas buscaram realçar os efeitos dos programas de microcréditos na promoção de um desenvolvimento sustentável, tomando como objeto analítico a experiência da Associação Nacional de Direito ao Crédito (ANDC), sediada em Portugal. Ao mesmo tempo, as autoras

buscaram realizar uma reflexão sobre de que modo às relações públicas podem contribuir para a difusão do microcrédito. Para entender a importância do conceito de microcrédito as autoras utilizaram a contribuição de Yunus (2008) que ganhou o Prêmio Nobel da Paz em 2006.

“*Relações Públicas no terceiro setor: o caso da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Santa Cruz do Sul (BRASIL)*” é o quarto capítulo do livro. De autoria de Elizabeth Moreira, Fabiana Pereira e Grazielle Brandt que buscam demonstrar como esta estruturada o processo de comunicação na Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Santa Cruz do Sul. Para as autoras os profissionais de relações públicas devem trabalhar de modo a interagir a organização com seu público. Foi verificado, após entrevista com o profissional de relações públicas da APAE, que na instituição pesquisada não há um planejamento estruturado das ações a serem implantadas, prejudicando com isso um processo de comunicação que deve visar à interação social.

Com relação à comunicação organizacional, a autora Ana Duarte Melo, no quinto capítulo, “*Participação & Sustentabilidade na comunicação estratégica e organizacional*”, traz uma reflexão sobre a relevância da participação para a sustentabilidade da comunicação estratégica e integrada das organizações. A autora aborda em princípio a evolução das teorias organizacionais, apresenta conceitos importantes, como a participação (seja ela cívica, financeira, social ou até mediática), perpassando, pela participação comunitária (o Orçamento Participativo em Portugal é um exemplo). Melo cita Deetz *et al* (2000) para explicar que a sustentabilidade da comunicação constitui-se de comunicação estratégica e participativa, o que para o autor significa uma proximidade das características da democracia participativa onde há uma cogestão, de modo a partilhar os processos de tomada de decisão e seus resultados.

No sexto capítulo, “*Sustentabilidade Ambiental nas empresas e comunicação organizacional e stakeholders: que relação e vantagens?*”, Ana Margarida Lopes Fernandes e Sandra Lopes Miranda, seguindo o mesmo rumo de Melo, abordam os pilares da Responsabilidade Social das Empresas (RSE), dando ênfase a sustentabilidade ambiental e na forma de como as ações são comunicadas aos *stakeholders*³. Para as autoras é essencial que as organizações sejam transparentes e mantenham um diálogo com seus *stakeholders*, sobre o tema de sustentabilidade ambiental para que o mesmo seja incorporado por todos na organização, o que transforma em uma maior confiança por parte dos mesmos.

Inesita Soares de Araujo escreveu o texto “*Comunicação, Saúde e Cidadania no Brasil*”, o qual integra o capítulo sete deste livro. Nele aborda a relação existente entre a comunicação e a cidadania, pensando a partir da questão específica da saúde. A autora olha a “[...] cidadania

³ *Stakeholders* é traduzido como parte interessada. Dentro da organização é o público que tem um papel estratégico. Sendo eles: Acionistas, Clientes, Fornecedores, Funcionários, Concorrentes, entre outros.

como indissociável do direito a comunicação, que por sua vez é inseparável do direito a saúde” (2014, p. 113). Para a autora essa relação pouco visível da Comunicação e Saúde foi pensada pelo fato de integrarem o Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde (LACES), mas que existe a possibilidade de outras interfaces, principalmente relacionadas às políticas públicas, “[...] observando-se o que nos parece uma inequívoca relação entre o direito à comunicação, como voz ativa e o direito à cidadania” (ARAÚJO, 2014, p. 120).

O capítulo oito, “*Para uma reconfiguração da Publicidade na Sociedade*”, escrito por Sara Balonas, desafia-nos a pensar no papel da comunicação e da publicidade no processo de transformação das mentalidades. Balonas identificou que a Publicidade tem sido pouco valorizada, e que em muitos estudos a publicidade vem associada ao *Marketing*. Com isso a autora propõe uma visão da Publicidade “[...] como meio de exercer a cidadania e de procurar a melhoria das condições e vida em sociedade” (BALONAS, 2014, p. 123), ou seja, a publicidade inserida na responsabilidade social empresarial, trazendo à público através de suas campanhas temas sociais, que “induzem” a boas práticas e não apenas ao consumo.

No nono capítulo, “*Juventude, inclusão digital e redes sociais*”, Maria Salett Tauk Santos tem como objeto de estudo os jovens de contexto populares rurais, mais especificamente da Região Agreste de Pernambuco. Neste é abordado às apropriações das redes sociais por estes jovens. Santos realizou entrevista semiestruturada com 20 jovens, observou-se que eles possuem o acesso à tecnologia por meio de aulas de informática, porém não possuem o acesso em casa. Demonstrando que existe uma contradição ao que é oferecido pela tecnologia e as condições concretas de apropriação desta.

Partindo novamente para o âmbito das organizações, mais específico para a Gestão de Recursos Humanos, Francisco Costa Pereira e Damasceno Dias em “*O Papel da Comunicação na motivação dos públicos seniores nas organizações*”, visaram mostrar a importância desse público (pessoas com mais de 50 anos) para as organizações e como essas deveriam se relacionar com ele. Para os autores o desafio para as empresas é o de criarem políticas de recursos humanos para retenção e motivação desse público mais experiente. Com esse propósito, os autores estudaram a EDP, empresa líder no setor energético em Portugal, constatando que o público de *seniores* da referida empresa se sentiram motivados ao partilhar seu conhecimento aos mais jovens, o que demonstrou ser viável a criação das políticas de recursos humanos para esse fim.

E finalmente, no capítulo onze, “*Redes telemáticas e a comunicação para o desenvolvimento: o caso do Observa – DR*”, Ângela Felippi relata e analisa a construção coletiva e interdisciplinar do portal do Observatório do Desenvolvimento Regional⁴ e sua presença nas redes sociais. O portal é destinado a pesquisas (teses, dissertações, artigos, entre outros) no

⁴ Disponível em: < <http://observadr.org.br/portal/>>.

campo do Desenvolvimento Regional, sendo ligado a vários programas de pós- graduação. E para Felippi (2014) é preciso superar a sua característica instrumental, sendo, portanto a sua comunicação voltada para a interação com o público.

A referida obra cumpre com sua proposta de nos levar a uma reflexão sobre desenvolvimento e a sustentabilidade através do uso da comunicação em contextos específicos. Muitos dos autores abordaram a comunicação em um formato de interação com a sociedade, outros, como uma ferramenta de inclusão no ambiente público e no empresarial. Os autores destacam que a comunicação tem sido falha. A obra destaca uma deficiência na comunicação que tenha como propósito identificar os problemas da sociedade e agir em prol de suas resolutividades. Assim como afirmou Herbelê (2014), muitos desses problemas podem ser decorrentes da falta de disciplinas que abordem Responsabilidade Social e Ambiental, Democracia, Ética nos cursos de Comunicação. Cabe ainda estudos mais aprofundados sobre essa questão. O que se sabe, a principio, é que é preciso nos apropriarmos de muitos dos aspectos apontados na obra para que venhamos vivenciar uma mudança nesse quadro.