

## OS CAMPOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS E DAS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

*Antonio Carlos Hohlfeldt*

“Como áreas de conhecimento, Comunicação Organizacional e Relações Públicas inserem-se no âmbito das Ciências da Comunicação e das Ciências Sociais Aplicadas”.

Margarida M. K. Kunsch

“Se partirmos da perspectiva de que Relações Públicas e Comunicação Organizacional estão alicerçadas em fundamentações teóricas que fazem parte do escopo da Comunicação, pode-se dizer que as indagações sobre ‘os fundamentos desse diálogo’ são de interesse das duas áreas, assim como outros elementos que fazem parte dos processos comunicativos e das práticas discursivas existentes entre as organizações e os públicos”.

Celsi Brönstrup Silvestrin

“Hoje, as funções ligadas à Comunicação, relacionadas com a tecnologia, o trabalho, as relações humanas, são necessárias, mas não valorizadas”.

Dominique Wolton

## Comunicação e Relações Públicas

Denis McQuail (1997, p. 25) alerta para o fato de que o estudo da comunicação de massa integra um campo muito mais amplo que é o da comunicação humana, mas que seu enfoque depende do modo pelo qual se considere o nível de organização social em que o fenômeno – ou processo – comunicacional ocorra. Em uma ilustração que se segue, ele identifica, desde o nível intrapessoal até o da sociedade global, num crescendo que passa pela comunicação interpessoal, intragrupal, entregrupal ou associativa e a institucional ou organizacional (p. 26). A comunicação de massa, naturalmente, integra-se à comunicação global, sobretudo diante dos fenômenos contemporâneos permitidos pelas tecnologias da informação que têm-se difundido nos últimos dois decênios. Acrescenta ele, enfim: “Em grupos e associações são mais importantes as questões referentes à adesão voluntária, à interação, à cooperação e à formação de normas e padrões” (p. 25-26).

O autor sintetiza, no entanto, o que entende como o essencial a que uma pesquisa a respeito de um processo comunicacional deva responder, dê-se ele no nível social em que ocorrer:

- Quem comunica a quem? (fontes e receptores)
- Por que comunica? (funções e finalidades)
- Como se produz a comunicação? (canais, linguagens, códigos)
- Acerca do quê? (conteúdo, objetos de referência, tipos de informação)
- Quais são as consequências da comunicação? (intenções ou não)

Se se combinar essa perspectiva com as primeiras observações constantes das duas primeiras epígrafes com que abro este texto, deve-se ter como premissas, pois, que, tanto o campo das

Relações Públicas, quanto o da Comunicação Organizacional (nesse caso, até pela sua própria denominação) vinculam-se ao âmbito da Comunicação humana, e, de um modo geral, mais especificamente, da Comunicação enquanto Ciências Sociais Aplicadas. Devem contar, pois, com um quadro teórico claramente identificável e com uma prática diferenciada em relação a outras práticas. Ora, o quadro teórico vai vinculá-las necessariamente àquelas perguntas listadas por Denis McQuail, e que constituem, em última análise, as grandes questões norteadoras do estudo das Teorias da Comunicação, em suas mais variadas tendências especulativas, ou o campo específico da Teoria da Comunicação, no sentido de um conjunto diferenciado de estudos em torno de um determinado processo.

As questões são gerais, mas receberão respostas específicas conforme a atividade a que se referirem, se Relações Públicas ou Comunicação Organizacional. No nosso caso, a preocupação pontual é com as Relações Públicas.

Some-se, agora, essa perspectiva à observação contida na terceira e última epígrafe apresentada na abertura deste texto. Dominique Wolton, que em outras obras vem chamando a atenção para o fato de que, necessariamente, as novas e mais desenvolvidas e dinâmicas tecnologias da informação não garantem necessariamente uma comunicação efetiva, se não houver a preocupação real com a troca entre os seres humanos, concretizada através da disponibilidade de se constituir um processo verdadeiro de entendimento e de um *levar em conta* ou *ouvir*, um diálogo, enfim, entre duas partes, chama a atenção para o fato de que, tanto mais complexa se apresente a sociedade humana, mais importantes são os processos comunicacionais e, portanto, crescem em importância as diferentes atividades (profissionais ou não) que se ocupam de tais processos, dentre os quais as Relações Públicas.

É o que Walter Poyares enfatiza:

Às Relações Públicas, portanto, em seu mais relevante alcance, compete transformarem-se nos canais de comunicação que permitam o estabelecimento do diálogo mais aberto possível entre os diversos centros de interesse e de opinião (1970, p. 35).

Primariamente, o processo informacional, como se sabe desde Aristóteles, implica na existência de um Emissor (E), de um Receptor (R) e de uma Mensagem (M). Ou seja: alguém (Emissor) envia algo (Mensagem) a alguém (Receptor), enquanto o processo comunicacional é mais complexo, porque implica na “troca de mensagens” entre um Emissor e um Receptor, sendo que, nesse caso, os dois agentes, ao longo do processo, trocam de posições entre si, isto é, o Receptor original torna-se um Emissor e o Emissor original transforma-se em um Receptor (Hohlfeldt, 2001, p. 61). Evidentemente, esse movimento ocorre primariamente naqueles processos interpessoais. Quando se chega à comunicação de massa ou à comunicação institucional/grupal/organizacional, o processo se complexifica e devemos adotar o conceito mínimo do chamado *duplo fluxo*, em que um Emissor original transmite sua Mensagem a um conjunto de Receptores que, por sua vez, transformam-se em novos Emissores que vão informar a outros Receptores mais distantes que são, assim, informados, não em primeira, mas em segunda, terceira, ou até quarta mãos, o que constitui tipicamente um procedimento da comunicação massiva contemporânea (De Fleur et Ball-Rokeach, 1993, p. 211). A teoria, ainda hoje admitida, foi desenvolvida a partir de 1940, por Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson e Hazel Gaudet, a partir de observações sobre uma campanha eleitoral nos Estados Unidos (1944).

A maioria dos autores que estuda as Teorias da Comunicação adota essas mesmas perspectivas. Assim, um livro como *Fun-*

*damentos teóricos da comunicação humana*, de Stephen W. Littlejohn (1982), apresenta, em seu sumário, na Parte IV, dedicada aos “Contextos de Comunicação”, abordagem semelhante à de Denis McQuail, na medida em que identifica as teorias de comunicação interpessoal, as dedicadas aos pequenos grupos e às de comunicação de massa. Reserva, porém, justamente como uma espécie de especificação dos pequenos grupos, as teorias de organização humana, a partir de Frederick Taylor, passando pelo conceito de *burocracia*, de Max Weber, e chegando ao que denomina de Escola de Relações Humanas, com Elton Mayo, a que se segue a Escola de Sistemas Sociais, de Chester Barnard e outros, chegando ao funcionalismo estrutural de Richard Farace, Peter Monge e Hamish Russell (p. 289 e ss.).

Também obras mais recentes, como *Teorias e modelos de comunicação*, de Manuel João Vaz Freixo (2006) tomam essa mesma perspectiva, mencionando explicitamente a Comunicação Organizacional, partindo do pressuposto de que “o mundo de hoje é uma sociedade composta de organizações” (p. 197), voltadas para a prestação de bens (produtos) ou para a prestação de serviços (atividades especializadas), constituídas por pessoas e recursos não humanos, acrescentando: “As pessoas nascem, crescem, aprendem, vivem, trabalham, divertem-se, são tratadas e morrem dentro de organizações. As organizações são extremamente heterogêneas e diversificadas, de dimensões, estruturas, características, e objetivos diferentes” (p. 197). O que se quer destacar, no entanto, é que, segundo o autor, “em certo sentido, o conceito de organização é semelhante ao de comunicação” (p. 197), ou seja, uma organização se caracteriza pela sua comunicabilidade. Parodiando Marshall McLuhan, a organização é a comunicação e vice-versa, de onde o papel fundamental nela – a organização – desempenhado pelo relações públicas, enquanto sujeito Emissor de uma ou mais Mensagens, ou seja, enquanto responsável por

uma troca de Mensagens entre a Organização e o Público, aqui considerado enquanto Receptor, levando-se em conta, porém, que esse processo é dialógico, ou seja, tanto a Organização se dirige para o Público, quanto esse deve ser ouvido/entendido pela Organização, até porque, como observa Sylla Chaves,

em uma democracia, é essencial que as organizações prestem contas à opinião pública, além de dissipar mal-entendidos: um público corretamente informado não exigirá da organização aquilo que ela não é capaz de realizar, além de que será muito mais paciente ao esperar por aquilo que sabe já estar sendo providenciado. Ademais, depois de um trabalho bem executado, a informação deve ser dada para que a organização receba o crédito merecido (Chaves in Alves, 2009, p. 14).

Continua o autor:

Como a opinião pública é constantemente influenciada pelos meios de comunicação, que vivem de notícias, é importante fornecer-lhes constantemente fatos que sejam verídicos, atuais, originais e interessantes [...] O profissional de Relações Públicas deve ser capaz de selecionar as informações que têm valor jornalístico e repassá-las por meio de comunicados, entrevistas coletiva e seus contatos diretos (p. 19).

Mais que isso,

os processos de comunicação no contexto das organizações precisam ser compreendidos como lugares de confluência e de atuação transversal, tendo como referência o olhar da Comunicação, ainda que se busquem em outros saberes, subsídios conceituais para entender sua complexidade. A raiz epistemológica

desses estudos encontra-se na Comunicação, e, por esse motivo, falamos em “comunicação no contexto das organizações” (Oliveira, 2009, p. 59).

Ivone de Lourdes Oliveira, acima citada, explica que a comunicação, no contexto das organizações, deve ser entendida “como um processo relacional que parte de práticas individuais e/ou grupais para alcançar uma estrutura coletiva de significados, os quais dizem respeito às organizações e aos atores sociais envolvidos no processo interativo” (2009, p. 60).

Daí também a conceituação de Roberto Simões de que a principal atividade de Relações Públicas é a administração da controvérsia (1993, p. 93), explicitando:

Assim, a atividade de Relações Públicas consiste em:

- 1) analisar as tendências da organização [...];
- 2) prever a resultante do entrelaçamento [...];
- 3) assessorar os líderes da organização [...];
- 4) implementar programas e projetos planejados de comunicação [...] (1993, ps. 96-97).

Conclui Margarida Kunsch, em conhecida obra:

A comunicação é imprescindível para qualquer organização social. O sistema organizacional se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitirá sua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário, ele entrará num processo de entropia e morte (1986, p. 29).

## Comunicação individual e institucional

Observe-se que o estudo do processo informacional e comunicacional começou pelo seu âmbito mais restrito, que é o próprio indivíduo, *intra corpore*, através dos primeiros estudos

de psicologia humana, expandindo-se para os estudos de grupos sociais, os mais variados, através de psicólogos sociais, ainda no final do século XIX e princípio do século XX, como Gustave Le Bon ou Gabriel Tarde. No primeiro caso, Le Bon se preocupava com o surgimento das grandes massas, enquanto seu contemporâneo, Gabriel Tarde, acreditava que a imprensa (o meio massivo de comunicação mais poderoso existente na época) propiciava a sociabilização, transformando as massas eventualmente perigosas em grupos de opinião (hoje, diríamos grupos de pressão), graças ao fenômeno da conversação, promovida pela divulgação de diferentes informações através da imprensa. Essa teoria, respeitadas as profundas e rápidas modificações propiciadas pelas tecnologias e modernos meios de comunicação, pode ser considerada válida ainda hoje. Afinal, o sucesso da internet, do msn e de tantas outras redes sociais de comunicação se deve justamente à inata curiosidade do homem e à sua íntima necessidade de contactar seus semelhantes, coisas, aliás, já registradas desde Aristóteles, a quem sempre devemos voltar, quando pensamos no fenômeno eminentemente humano de comunicação.

Parte-se de conceitos simples, que se devem repetir à exaustão aos alunos: informar é dar forma a alguma coisa, através da codificação, isto é, um conjunto de sinais, finito, aleatório, comum a ambos os agentes do processo, isto é, Emissor e Receptor. Trata-se de um processo unidirecional e monologal, pois que centraliza seu poder no Emissor, quem determina primeiramente o sentido daquilo que está sendo expresso. Contudo, o sentido final – a leitura – se dá exclusivamente por ação do Receptor. Assim, é fundamental que o Emissor estabeleça objetivos e sentidos para a sua Mensagem, na verdade é o receptor quem vai ratificá-los ou vai dar àquela Mensagem um novo, mais amplo ou mais exíguo sentido.



Quanto à comunicação, trata-se de um processo bidirecional entre o Emissor e o Receptor, portanto, eminentemente dialogal. Comunicar significa que uma determinada Mensagem, enviada desde um Emissor para um Receptor, só pode ser devidamente entendida num determinado momento objetivado, que a presentifica e renova constantemente. Marcondes Filho, em obra recente, salienta que a comunicação é, antes de tudo, “um acontecimento, um evento nem sempre possível, antes improvável, encontro feliz ocasional de múltiplas coordenadas, em um momento que não se repete, que é único e que tem força expressiva particular” (2008, p. 151).

Na verdade, essa Mensagem se apresenta sempre como uma espécie de Virtualidade, de possibilidade que pode ou não ocorrer. A imagem, tantas vezes usada, da garrafa lançada ao mar por um naufrago, isolado em uma ilha, é ainda útil: o naufrago (Emissor) tem um claro objetivo ao realizar tal gesto (Mensagem): avisar do naufrágio e de sua-própria existência. A Mensagem dirige-se, pois, a um hipotético Receptor. No processo que se desenrola, então, ela pode: a) perder-se no oceano, levada pelas correntes, e prender-se em raízes ou atolar-se na lama ao longo de séculos. Talvez um dia ela venha a ser descoberta (daí a metáfora de que comunicar é também um trabalho de arqueologia: o Receptor, agora concretizado, que encontra uma determinada Mensagem, deve não apenas ler o que recebe segundo sua ótica atual, mas tentar estabelecer os sentidos que aquela Mensagem poderia ter expressado quando foi codificada. Aliás, aqui também se deve recordar o trabalho do historiador, diga-se de passagem...) e lida. Essa leitura, certamente, não será a mesma que poderia ter ocorrido antes. Mas aquela Mensagem, bem ou mal, será atualizada e nesse sentido será lida e compreendida; b) chegar a algum Receptor que I) não se incomodará com ela, deixando-a de lado.

Assim, o processo se esgota até que alguém, algum dia, a resgate; II) preocupar-se-á em averiguar a veracidade da mensagem e, nesse caso, a) sairá em busca do naufrago ou avisará autoridades para que o façam ou b) entenderá que a estas alturas, decorrido tanto tempo, não valerá mais a pena incomodar-se com a questão e a deixará de lado.

Observa-se, pois, que o movimento da Mensagem, desde o Emissor até o Receptor, atravessa inúmeros desafios (que muitas vezes identificamos como Ruído, a interferência; a interrupção de uma Mensagem) até eventualmente chegar a um Receptor. Ainda assim, cumprida essa etapa, a que se poderia nomear como Informação, a Mensagem poderá ou não provocar resposta (alguma vez já se pensou em reação, como na chamada teoria hipodérmica, a primeira, historicamente a ser formulada, em 1927, por Harold Laswell), a mais variada possível.

Tem razão, assim, Marcondes Filho quando frisa: “a Ciência da Comunicação só existe se se realizar *junto* com o objeto” (2008, p. 152). Ora, isso valoriza profundamente o trabalho de Relações Públicas, porque em nenhuma atividade profissional vinculada à comunicação, a compreensão desse processo enquanto *processo* se torna tão evidente: munido de uma boa base de conhecimento teórico, a atividade de Relações Públicas e o profissional que delas se ocupe tem de se manter permanentemente em processo, atento a cada acontecimento, para bem gerir suas tarefas e concretizar seus objetivos. Ou seja: há que ter planejamento, estabelecer objetivos e resultados almejados, definir veículos, codificar mensagens etc. Mas considerando que essa Mensagem enviada pelo Emissor atingirá Receptores cujas respostas serão as mais variadas possíveis, há que se estar preparado para a improvisação constante, o que exige sensibilidade e capacidade de mobilização permanentes. Se um verdadeiro jornalista vive 24 horas

por dia em função da informação (não acredito em jornalista que cumpra apenas suas cinco ou sete horas diárias de compromisso com o veículo em que atua), o profissional de Relações Públicas precisa estar atento a todo e qualquer sinal que apareça e que possa antecipar algum acontecimento que tenha importância para a organização/instituição em que atue. Talvez o lema escoteiro do “sempre alerta” bem defina essa vivência profissional. Deve-se considerar, sobretudo, que, por gerarem respostas diferenciadas, os processos comunicacionais se apresentam sempre diversos, inovadores, inesperados e não programáveis, por maior e mais amplo que seja o repertório profissional que estabeleça as possíveis alternativas a serem produzidas, porque cada resposta estabelece um novo sentido, e mais que nunca, aquele Emissor primário, agora transformado em Receptor, precisa estar atento às entrelinhas e às sutis significações das Mensagens que lhe chegam em resposta.

Tudo isso leva a uma revigorada compreensão da Teoria da Ação Comunicativa de Jürgen Habermas (1976). Habermas, tentando quebrar a camisa de força criada pela teoria crítica de Max Horkheimer e Theodor Adorno, em *Dialética do esclarecimento* (1985), pela qual estaríamos imersos, na sociedade capitalista, numa espécie de permanente má-fé comunicacional, revaloriza aquela perspectiva aristotélica de que o gregarismo é inato ao ser humano e, por consequência, a comunicação. Ou seja, Habermas recupera a perspectiva de que o homem necessita e acredita na comunicação, mas, para que isso ocorra, precisa se dispor a ouvir e a colocar-se ao alcance do outro. Muitas vezes criticada como ingênua, a teoria habermasiana é, no entanto, a única construção que permite continuar acreditando numa sociedade verdadeiramente humana, pois que, sem a comunicação, não há interação, e sem interação social, não há, evidentemente, sociedade.

## Processo de seleção

Niklas Luhmann enfatiza essa perspectiva, quando destaca que o processo comunicacional é uma realidade emergente que surge devido à síntese de três diferentes movimentos:

- seleção de informação;
- seleção da expressão e compreensão seletiva dessa informação;
- compreensão seletiva do mau entendimento dessa expressão e de sua informação (Luhmann, 2009).

Observe-se que a *seleção* aparece aqui como palavra-chave, ou seja, para Luhmann, o processo comunicacional é sempre um processo racional e crítico, porque escolhe entre diferentes alternativas. Daí que o processo comunicacional é eminentemente humano, porque é apenas o ser humano aquela criatura capaz de responder, e não apenas de reagir a estímulos, como imaginaram os psicólogos do final do século XIX, a partir dos primeiros experimentos de Ivan Pavlov, que estabeleceria o conceito de *reflexo condicionado* (1903).

Na contemporaneidade, circula número crescente de informações absolutamente desnecessárias, que invadem o cotidiano, da manhã à noite, produzindo o fenômeno que conhecemos como *entropia*, isto é, produzindo um excesso de dados que termina por constituir uma espécie de floresta informacional da qual precisamos escapar justamente mediante a seleção de informações em circulação.

Por outro lado, esse excesso apresenta um crescente número de alternativas para a expressão, desde os múltiplos suportes disponibilizados crescentemente até as alternativas de meios presentes no cotidiano. Assim, faz-se imprescindível, também, a seleção da expressão a ser utilizada (codificação), a partir de uma

correta compreensão dos significados das informações em circulação (daí a importância do planejamento, dos diagnósticos corretos etc.), enquanto resposta para os contextos em que os processos comunicacionais estão ocorrendo e que, como já se viu acima, mudam a cada momento.

Por fim, como corolário da preocupação anterior, a necessidade de correção de eventuais equívocos (retroalimentação ou *feedback*), levando a uma retomada de um processo produtivo, que atenda aos objetivos do Emissor e o (re)aproxime do Receptor, através de Mensagens oportunas, transparentes e aceitáveis. Entre as atribuições da atividade de Relações Públicas encontram-se aquelas “ações de responsabilidade na geração/produção do discurso, na transmissão das informações e no monitoramento contínuo da recepção”, segundo Luiz Carlos Iasbeck (2009, p. 109, apud Kunsch, 2003), exatamente as mesmas perspectivas de Luhmann elenca, genericamente, a respeito do processo comunicacional, aqui objetivado no processo de Relações Públicas. Daí a noção de que “as organizações são construções comunicativas” (Mumby, 2009, p. 204), da mesma maneira que a sociedade humana é essencialmente uma construção comunicativa (Hohlfeldt, 2001, p. 63).

A análise de um programa habitualmente desenvolvido na disciplina de Teorias da Comunicação, na maioria de nossos Cursos de Comunicação, trabalha com um conjunto de saberes que está não apenas vinculado ao processo mais abrangente da Comunicação, mas que também pode ser apropriado especificamente por alguma das atividades profissionais para as quais os jovens alunos se preparam. O que chama a atenção, contudo, é o enfoque diferenciado a partir do qual podemos retomar essas teorias.

Denis McQuail dedica-se a estudar exclusivamente as teorias vinculadas à comunicação de massa. Depois do histórico a respeito do surgimento das massas e do conceito que tal expressão

possui, contextualiza a comunicação de massa na sociedade global (expressão retirada de Marshall McLuhan, como se sabe, no livro *War and peace in the global village*, de 1968). No sumário da obra, fica bem clara a linha desenvolvida pelo pesquisador: ele parte das teorias vinculadas à sociologia, depois se preocupa com aquelas que abordam a integração social e as trocas sociais – de onde surge a valorização dos símbolos –, discute os conteúdos produzidos pelos meios de comunicação de massa e as características de suas audiências, chegando, então, aos efeitos produzidos. Sua obra é encerrada com um capítulo que projeta o futuro. O que se pode concluir, dessa leitura é que, já na década de 1980, podia-se detectar que, se os meios de comunicação de massa estão cada vez mais presentes no cotidiano da humanidade, ao mesmo tempo as tecnologias permitem a descentralização dos processos comunicacionais, aproximando Emissor e Receptor, mas igualmente reconhecendo a importância da própria codificação da Mensagem como elemento significativo em si mesmo quanto ao que está sendo transmitido.

Melvin L. DeFleur e Sandra Bal-Rokeach, uma década mais tarde, também dedicam sua atenção exclusivamente à comunicação de massa (1993). Depois de historiar o surgimento da comunicação de massa e de estudar os primeiros veículos, da imprensa à televisão, preocupam-se com os efeitos dessa comunicação. A partir da Teoria da Bala Mágica, discutem as teorias de influência seletiva, de influência indireta, de construção de significados e sua capacidade de persuasão, para, enfim, abrirem pequeno espaço ao que então apenas se esboçava, quando do lançamento da obra, quase duas décadas atrás, os sistemas interativos.

No livro organizado por Antonio Hohlfeldt, Luiz C. Martino e Vera Veiga França, logo na abertura do século XXI (2001), após se dedicar uma especial atenção aos conceitos que envolvem o fenômeno da Comunicação, sua perspectiva interdisciplinar e

suas origens, das civilizações antigas à moderna sociedade de massa, organizou-se um conjunto de teorias vinculadas às grandes linhas tendenciais, como a pesquisa mais normativa norte-americana, a teoria crítica da Escola de Frankfurt, os estudos culturais de Birmingham, o pensamento contemporâneo francês – com todas as suas variantes – as novas perspectivas das hipóteses recentes como a da *agenda setting* e da *espiral de silêncio*, até se chegar às reflexões produzidas a partir da América Latina. A organização, aqui, portanto, foi mais geográfica, até para evidenciar que existem alternâncias entre o domínio de determinados conceitos, conforme o lugar a partir do qual se estuda um mesmo fenômeno, no caso, a Comunicação.

O que se tem verificado, contudo, e positivamente, a partir de exercícios e trabalhos desenvolvidos na Pós-Graduação é que a apropriação das diferentes teorias é eficientemente concretizável em estudos de caso os mais variáveis. Assim, teorias que, muitas vezes, parecem estar intrinsecamente vinculadas ao campo do jornalismo, como o *newsmaking*, cuja própria denominação, inclusive, remete de maneira direta à produção de notícias, se devidamente adaptada, torna-se uma eficiente base de estudo para outros fenômenos comunicacionais, inclusive aqueles vinculados à Publicidade ou às Relações Públicas. Tais alternativas abrem perspectivas interessantes, criativas e dinâmicas para novos estudos nos campos profissionais os mais variados, ligados à Comunicação, já que, enquanto processo simbólico, a Comunicação é, na verdade, uma espécie de guarda-chuva a receber todos os demais campos de conhecimento, cujas especificidades não são tão diferenciados, assim, que impossibilite partir-se de algumas generalizações, buscando-se, depois, as identidades afirmativas. Esse é o foco que se deve dar ao desenvolvimento da disciplina de Teorias da Comunicação, garantindo-se que a transdisciplinaridade seja

produtiva, indutora de um diálogo constante e de enriquecimento mútuo entre as áreas.

## Referências

ALVES, Fabianna Pereira Bluhm. Revisitando aspectos das relações públicas. In: ORGANICOM, *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, PPGCOM/ECA-USP, São Paulo, edição 10-11, 2009, p. 10 e ss.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1993.

FREIXO, Manuel João Vaz. *Teorias e modelos de comunicação*. Lisboa: Piaget, 2006.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera V. (Orgs.). *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*, Petrópolis, Vozes, 2001.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985 [1944-1947].

IASBECK, Luiz Carlos. Relações Públicas e Comunicação Organizacional: O lugar do texto e do contexto. In: ORGANICOM, *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, PPGCOM/ECA-USP, São Paulo, edição 10-11, 2009, p. 102 e ss.

KUNSCH, Margarida M. K. Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica. In: ORGANICOM, *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, PPGCOM/ECA-USP, São Paulo, edição 10-11, 2009, p. 49 e ss.

LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

LOPES, Valéria de Siqueira Castro. O valor da comunicação organizacional e das Relações públicas. In: ORGANICOM, *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, PPGCOM/ECA-USP, São Paulo, edição 10-11, 2009, p. 22 e ss.



LUHMANN, Niklas. *Que es comunicación?* Disponível em [HTTP://www.casasdasmusas.org.br/artsemanal\\_que\\_es\\_comunicacion.htm](http://www.casasdasmusas.org.br/artsemanal_que_es_comunicacion.htm), acessado em 20 de junho de 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria*. São Paulo: Paulus, 2008.

McLUHAN, Marshall. *Guerra e paz na aldeia global*. Rio de Janeiro: Record, 1971 [1968].

McQUAIL, Dennis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1997.

MUMBY, Dennis K. A comunicação organizacional em uma perspectiva crítica. In: ORGANICOM, *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, PPGCOM/ECA-USP, São Paulo, edição 10-11, 2009, p. 191 e ss.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Objetos de estudo da comunicação organizacional e das relações públicas: Um quadro conceitual. In: ORGANICOM, *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, PPGCOM/ECA-USP, São Paulo, edição 10-11, 2009, p. 57 e ss.

ORGANICOM, *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, PPGCOM/ECA-USP, São Paulo, edição 10-11, 2009.

SILVESTRIN, Celsi Brönstrup. Relações Públicas e Comunicação Organizacional em discussão. In: ORGANICOM, São Paulo, PPGCOM/USP, edição 10/11, Ano 6, 2009, p. 86.

WOLTON, Dominique. *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006, p. 108.

### Obras Consultadas:

D'AZEVEDO, Martha Alves. *Relações públicas. Teoria e processo*. Porto Alegre: Sulina, 1971.

DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.). *Relações públicas: quem sabe, faz e explica*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

KUNSCH, Margarida M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 1986.

OLIVEIRA, José Xavier de. *Usos e abusos de relações públicas*. Rio de Janeiro: FGV, 1971.

POYARES, Walter Ramos. *Comunicação social e relações públicas*. Rio de Janeiro: Agir, 1970.

SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas: função crítica*. São Paulo: Summus, 1995.