

ENTREVISTA | MARGARIDA KUNSCH



Margarida Maria Krohling Kunsch, entrevistada desta edição da Revista COMUNICAÇÃO & INFORMAÇÃO, é uma das principais pesquisadoras no campo das relações públicas e da comunicação organizacional. Seu papel de liderança acadêmica sempre foi destacado por sua atuação na presidência de entidades científicas da comunicação, como a Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e a ALAIC – Associação Latino-americana de Investigadores da Comunicação. Dentre as inúmeras obras e contribuições, destaca-se o clássico *Planejamento de relações*

públicas na comunicação integrada, obra que desde sua primeira edição é leitura obrigatória para os estudantes e pesquisadores da área. E também as mais recentes obras, incluindo as recém-lançadas, *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*, *Comunicação organizacional – Vol. 1: Histórico, fundamentos e processos* e *Comunicação organizacional – Vol. 2: Linguagem, gestão e perspectivas*, todas pela Editora Saraiva. Professora titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - ECA-USP, Margarida é livre-docente, doutora e mestre em Ciências da Comunicação. Kunsch é a atual presidente da Abrapcorp – Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

Confira a entrevista concedida por Margarida Kunsch ao professor Tiago Mainieri, especialmente para a Revista COMUNICAÇÃO & INFORMAÇÃO.

C & I - A partir de suas pesquisas e contribuições para o entendimento do fértil campo das relações públicas e da comunicação organizacional, como se configuram os limites e interfaces entre essas áreas?

KUNSCH - É muito difícil delinear de forma objetiva quais seriam os limites e interfaces destas duas áreas. Elas estão muito interligadas nos processos e nas ações comunicativas das organizações. Relações públicas

e comunicação organizacional, como campos de conhecimento, se inserem no âmbito das ciências da comunicação e das ciências sociais aplicadas. Estudos realizados, tanto no âmbito acadêmico quanto na esfera do mercado profissional, têm sinalizado que as interfaces entre as duas áreas são uma realidade no Brasil. Para compreender e aplicar os fundamentos teóricos das relações públicas é necessário também conhecer o espectro da abrangência da comunicação organizacional e das áreas afins. Relações públicas, como área acadêmica e atividade profissional, tem como objetos de estudos as organizações e seus públicos. Todo esse processo mediador só é possível acontecer com e por meio da comunicação. E, nesse contexto, a comunicação organizacional, como campo acadêmico de estudos, dará subsídios teóricos para fundamentar a prática da atividade na administração dos relacionamentos entre organizações e públicos, além, é claro, do suporte de outras ciências.

C & I - Em especial, na última década, foi extraordinário o desenvolvimento dos programas de pós-graduação em comunicação no país. Com esse crescimento, em sua opinião, de fato se conquistou um espaço de destaque para a comunicação organizacio-

**RELAÇÕES PÚBLICAS
E COMUNICAÇÃO
ORGANIZACIONAL, COMO
CAMPOS DE
CONHECIMENTO, SE
INSEREM NO ÂMBITO
DAS CIÊNCIAS
DA COMUNICAÇÃO E
DAS CIÊNCIAS
SOCIAIS APLICADAS**

nal e as relações públicas nesses programas?

KUNSCH-O País conta hoje com 37 Programas. Desses, seis contemplam nas suas linhas de pesquisa de forma expressa ou, pelo menos, implícita. É o caso das seguintes instituições: Escola de Comunicações e Artes da Uni-

versidade de São Paulo (ECA-USP); Universidade Metodista de São Paulo (Umesp); Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Famecos/PUC-RS); Faculdade de Comunicação e Artes da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas); Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); e Universidade Católica de Brasília (UCB).

Chama a atenção, a inexistência de áreas e linhas de estudos dessas áreas nos programas de pós-graduação em comunicação nas universidades federais. Tal fato tem provocado um deslocamento tanto de docentes como discentes para se pesquisar a comunicação organizacional em programas em outras áreas. Se institucionalmente não é dada a oportunidade de se desenvolver estudos nessa área, forma-se um ciclo vicioso que também não possibilita a formação de novos quadros. Quantos especialistas da área tiveram que optar por outros temas por não terem orientadores e o assunto não se enquadrar nas linhas de pesquisa?

Conseqüentemente, deixaram de contribuir para o avanço desses campos do conhecimento.

C & I - Em termos de produção científica, como podemos avaliar o “estado da arte” em comunicação organizacional e relações públicas, tanto numa perspectiva nacional quanto internacional?

KUNSCH - A produção de novos conhecimentos nessas áreas tem crescido muito nos últimos anos e, inclusive, com melhoria de qualidade. Na literatura disponível há uma infinidade de livros, artigos em periódicos, capítulos de livros em coletâneas, teses e dissertações defendidas nos programas de pós-graduação. O Brasil deu um salto quantitativo e de qualidade nas duas últimas décadas, sobretudo neste ano de 2009, com o lançamento de obras coletivas que expressam o pensamento comunicacional brasileiro. Em termos internacionais, os Estados Unidos possuem a hegemonia acadêmica nesses campos. O Brasil viria em segundo lugar. Pode-se afirmar que os estudos da comunicação organizacional têm crescido assustadoramente em todas as partes do mundo desenvolvido.

C & I - É salutar a discussão no campo teórico para o avanço de uma determinada área. Nesse sentido, qual sua concepção acerca do objeto de estudo da

A PRODUÇÃO DE NOVOS CONHECIMENTOS NESSAS ÁREAS TEM CRESCIDO MUITO NOS ÚLTIMOS ANOS E, INCLUSIVE, COM MELHORIA DE QUALIDADE

comunicação organizacional? Em sua opinião, há um consenso na comunidade científica quanto a esse objeto?

KUNSCH - A comunicação organizacional, primeiramente, precisa contemplar uma visão abrangente da co-municação nas e das organizações, levando em conta todos aqueles aspectos relacionados com a

complexidade do fenômeno comunicacional, inerentes à natureza das organizações. Assim, a comunicação organizacional deve ser entendida, sobretudo, como um fenômeno que ocorre nas organizações e tudo o que isto implica em termos de processos, fluxos, redes, meios, ações, modalidades (administrativa, interna, institucional e mercadológica), entre outros aspectos envolvidos, tanto nos estudos, como nas práticas.

C & I - Na visão de alguns autores, a diversidade de enfoques e abordagens em relações públicas prejudica estabelecermos bases científicas para a área; por outro lado, outros autores apontam que essa diversidade revela a riqueza do campo. Podemos afirmar que, na comunidade científica, paira uma imprecisão terminológica nas áreas da comunicação organizacional e de relações públicas? A diversidade conceitual tem sido o principal entrave para a elaboração de um corpo doutrinal homogêneo para a área?

KUNSCH - Primeiramente, é preciso considerar que historicamente o termo “relações públicas” é polissêmico. Segundo, que é salutar toda essa discussão e debates em torno das imprecisões terminológicas dessas áreas. A própria área da comunicação também é muito abrangente e envolve muitas vertentes numa perspectiva interdisciplinar e, este fato, incide diretamente no campo da comunicação organizacional, que nesta primeira década do terceiro milênio contempla múltiplas perspectivas de abordagens temáticas e de estudos. A comunidade científica, por meio do espaço criado nos congressos anuais da Abrapcorp (Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas), tem debatido a questão conceitual entre estas duas áreas e os conteúdos das reflexões apresentados serão publicados ainda neste ano numa edição especial da revista *Organicom*. Penso que os estudos que vários autores brasileiros estão desenvolvendo, tanto em relações públicas como em comunicação organizacional, culminarão para construção de bases teóricas mais consistentes para que tenhamos, em futuro próximo, uma epistemologia desses campos de conhecimento.

C & I - Em sua recente pesquisa sobre o contexto científico da comunicação organizacional e das relações públicas, a maioria dos estudos revela a falta de uma visão crítica e inovadora, limitando-se a estudos instrumentais. Essa realidade persiste?

KUNSCH - Felizmente não. Isto eu constatei em pesquisas ante-

riores, cuja síntese dos resultados publiquei na revista *Comunicação & Sociedade* em 2003. Houve grandes avanços a partir do ano 2000. Estudos que coordenei e realizei nos permitem chegar às seguintes percepções: num primeiro momento (1970 a 1990), muitos estudos tratavam as relações públicas e a comunicação organizacional nas suas mais diversas abrangências e aplicações e com ênfase nos produtos midiáticos corporativos, bem como, a preocupação em demonstrar o “como-fazer”. Eram poucos os trabalhos mais críticos e questionadores e com uma preocupação clara em construir teorias. Havia, portanto, uma tendência em valorizar mais as ferramentas e os instrumentos, do que os processos e a complexidade da comunicação nas organizações. Isto é perfeitamente normal, uma vez que começam a surgir os primeiros estudos para sistematizar reflexões sobre uma prática profissional. Novas tendências e perspectivas são percebidas na produção científica dessas áreas nesse início do terceiro milênio ou, mais concretamente, a partir dos anos 2000. Pelo que temos acompanhado, seja por intermédio de levantamentos realizados e estudos dos registros bibliográficos disponíveis, quer como orientadora ou como parte integrante de bancas examinadoras, tanto na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como em outros centros de pós-graduação do País, pode-se dizer que está havendo um bom salto de qualidade e uma maior preocupação com os estudos teóricos e mais críticos do campo, bem como com a pesquisa empírica.

C & I - Quais modelos e paradigmas têm delineado a pesquisa científica no campo das relações públicas e da comunicação organizacional?

KUNSCH - Os estudos disponíveis sobre os paradigmas dessas áreas indicam que eles estão centrados basicamente em três: funcionalista, interpretativo e crítico. A partir destes, os autores costumam ampliar as percepções teóricas. Hoje, na literatura corrente, existem várias publicações que tratam deste assunto.

C & I - O papel de entidades, como a Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e a Abrapcorp (Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas), tem estimulado a discussão e a produção acadêmica na área. O que mais pode e deve ser feito para a institucionalização e consolidação das relações públicas e da comunicação organizacional no cenário acadêmico?

KUNSCH - Acredito que ambas as entidades têm possibilitado a formação de uma comunidade acadêmica, em nível nacional, atuante e inovadora. Com criação da Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas de Comunicação (Socicom), na qual estão filiadas Intercom e Abrapcorp, acredito que teremos mais possibilidades de inserção e reconhecimento público desses campos no cenário das ciências e da tecnologia do País

C & I - A falta de uma explicitação metodológica nos estudos e as próprias opções teórico-metodológicas feitas pelos pesquisadores dificulta uma abordagem crítica e inovadora nesse campo?

KUNSCH - Primeiro, não se pode condicionar a metodologia e as opções teórico-metodológicas como justificativas para dificultar abordagens críticas e inovadoras. Segundo, face aos avanços já alcançados afirmar que existe falta de explicitação metodológica nos estudos de comunicação organizacional e relações públicas é meio temário, pois precisaríamos comprovar com pesquisas a respeito. Nos primeiros estudos, das décadas de 1970 e 1980, a questão da descrição da metodologia não era uma grande preocupação dos autores. Hoje, o panorama mudou. Com exceções, nota-se como procedimento normal os pesquisadores descreverem quais foram suas bases conceituais e teórico-metodológicas utilizadas na produção de uma pesquisa científica.

C & I - Em sua opinião, a perspectiva de um pensamento brasileiro de comunicação organizacional e relações públicas já é realidade? Existe uma escola brasileira de relações públicas? Quais são as principais contribuições dos pesquisadores?

KUNSCH - Considero que sim; sobretudo, pelas obras coletivas que conseguimos lançar neste ano de 2009. O campo das relações públicas e da comunicação organizacional no Brasil, apesar de contar com uma produção cientí-

fica relevante na forma de teses de doutorado, dissertações de mestrado, livros, artigos etc. ainda não possuía uma obra capaz de reunir a essência do pensamento comunicacional brasileiro sobre os estudos já produzidos nessas áreas. Neste sentido, uma das nossas iniciativas foi exatamente a de produzir uma

espécie de *handbook* brasileiro em comunicação organizacional e relações públicas. Desta forma, conseguimos reunir trabalhos de 34 autores para a obra coletiva em comunicação organizacional e de 20 autores para também produzir a de relações públicas, publicadas este ano pela Editora Saraiva.

As duas coletâneas de comunicação organizacional: *Comunicação organizacional: Histórico, fundamentos e processos* Vol. 1 – e *Comunicação organizacional: Linguagem, gestão e perspectivas* – Vol. 2, por nós organizadas, reúnem as principais contribuições dos estudiosos brasileiros sobre essa área. As sete partes desta obra foram agrupadas por eixos temáticos que são trabalhados pelos 34 autores como resultado de suas pesquisas acadêmicas e outros estudos realizados.

A obra coletiva “*Relações Públicas: História, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*”, também por nós organizada, reúne as principais contribuições dos pesquisadores de relações públicas

AS RELAÇÕES PÚBLICAS
E A COMUNICAÇÃO
ORGANIZACIONAL NÃO
PODEM MAIS SER
CONSIDERADAS APENAS
COMO PRÁTICAS.
SÃO TAMBÉM CAMPOS
ACADÊMICOS DE ESTUDO
QUE INTEGRAM AS
CIÊNCIAS DA
COMUNICAÇÃO

no Brasil. Muitos deles já possuem livros publicados nessa área e são na maioria doutores. Assim como a coletânea de comunicação organizacional, os trabalhos aqui contidos são resultados de estudos realizados em nível de doutorado, cujos eixos temáticos centrais são trabalhados em cinco partes.

C & I - As relações públicas e a comunicação organizacional se constituem em fenômenos complexos, cuja abordagem não permite uma visão redutora e simplista. Diante dessa complexidade, quais abordagens podem ser consideradas inovadoras?

KUNSCH - O que deve ser levado em conta é que essas áreas não podem ser consideradas apenas sob ponto de vista instrumental. A comunicação organizacional não é simplesmente transmissão de informações e produtoras de mídias. As relações públicas precisam ser encaradas numa perspectiva estratégica e dentro de um contexto muito mais amplo de análise de cenários e do ambiente em que se inserem as organizações, para enfrentar os conflitos e as controvérsias advindos de públicos mais conscientes e de uma opinião pública vigilante. As abordagens mais inovadoras que poderiam dar conta de toda essa complexidade seriam a teoria crítica e a hermenêutica. Ocorre que não basta só ficar falando de

complexidade e da sua teoria, segundo Edgar Morin. Há necessidade de irmos a campo para realizar pesquisa empírica e analisar os fenômenos dessas áreas no cotidiano das práticas comunicativas das organizações para refletir sobre a viabilidade de aplicação dessa teoria.



cia a produção científica brasileira nas áreas de relações públicas e comunicação organizacional. Em sua opinião, ao que se deve essa realidade?

KUNSCH - Um dos grandes problemas é o idioma. Temos que publicar em inglês e fazer circular a produção brasileira em todas as vias

C & I - **Alguns pesquisadores apontam a fragilidade da área pela falta de um marco de referência que permita acalentarmos uma perspectiva conceitual sólida e consensual para a comunicação organizacional e para as relações públicas. Qual sua posição a esse respeito?**

KUNSCH - Já respondi de alguma forma em outras questões. Acho que com as novas publicações nacionais e internacionais disponíveis não se pode mais afirmar tal constatação que a pergunta pressupõe. O que falta são as pessoas e os próprios colegas da área da comunicação tomarem conhecimento da produção científica disponível e das teorias já construídas. As relações públicas e a comunicação organizacional não podem mais serem consideradas apenas como práticas. São também campos acadêmicos de estudo que integram as ciências da comunicação.

C & I - **Na literatura internacional quase não é feita referên-**

possíveis para superar esta lacuna.

C & I - **Quais as perspectivas e tendências para os estudos no campo das relações públicas e da comunicação organizacional? Em sua opinião, quais linhas de pesquisa e programas de pós-graduação têm contribuído de maneira inovadora?**

KUNSCH - Se considerarmos a melhoria de qualidade do ensino e da pesquisa com as conquistas e avanços nas duas últimas décadas, as perspectivas são bastante positivas. A tendência é ampliar a temática que vem sendo estudada face às novas demandas sociais nesta era digital. Novos enfoques teóricos e aplicados vêm sendo estudados, sobre sustentabilidade, reputação, comunicação digital e seus impactos, cultura organizacional e comunicação nas organizações, entre muitos outros. É difícil responder quais programas de pós tem contribuído de maneira inovadora. Acredito que todos têm uma missão a cumprir em locali-

dades e contextos diferentes e que devem ter como meta produzir pesquisa que traga inovação e possibilite intervenção social.

A criação de novos cursos de pós-graduação, com linhas de pesquisa nas áreas em questão, nos últimos anos, certamente, vai contribuir para o incremento de novas abordagens temáticas. Precisamos de mais professores com doutorado nessas áreas para que possam atender às

HAVERÁ A ABERTURA DE LINHAS DE PESQUISA NOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO NESSAS ÁREAS

necessidades de ampliação do quadro docente, tanto nos cursos de graduação como de pós em comunicação.

Com o projeto do MEC de ampliar o oferecimento de outros cursos de graduação nas universidades federais, estima-se que, conseqüentemente, haverá a

abertura de linhas de pesquisa nos programas de pós-graduação em comunicação nessas áreas. Outra perspectiva que se

DATA DA ENTREVISTA: 14/08/2009