

Relações Públicas: a contribuição de Luiz Beltrão

Public Relations:
the contribution
of Luiz Beltrão

Relaciones Públicas:
la contribución
de Luiz Beltrão

JORGE DUARTE



Relações-públicas e jornalista, mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), onde também cursa o doutorado, Jorge Duarte é técnico em Comunicação Social da Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária e professor do Centro Universitário de Brasília (UniCeub). E.mail: jorge.duarte@embrapa.br.

DUARTE, Jorge. Relações públicas: a contribuição de Luiz Beltrão. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 23, n. 37, p. 25-42, 1o. sem. 2002.

Resumo

O artigo recupera a trajetória de Luiz Beltrão, autor de vinte livros, primeiro doutor em Comunicação no Brasil e costumeiramente referido na literatura como professor, teórico em Comunicação, pesquisador em folkcomunicação e jornalista. No artigo, mostra-se a relação entre sua prática profissional, suas idéias e a atividade de relações públicas a partir do contexto da época. Luiz Beltrão usou estratégias dessa área para criar e legitimar um curso de Jornalismo, uma revista científica e o trabalho que desenvolvia. Pesquisava, discutia, pregava e utilizava um agir mais próximo das Relações Públicas do que a simples divulgação. Dá-se ênfase, em particular, ao seu interesse em caracterizá-la como uma atividade que deve necessariamente ser exercida a partir de pesquisas que sustentem sua execução.

Palavras-chave: Luiz Beltrão – Relações Públicas – História.

Abstract

The article recovers the path of Luiz Beltrão, author of twenty books, first doctor in Communication in Brazil and usually related in literature as professor, theoretician in Communication, researcher in folkcommunication and journalist. In the article, the relation between his professional practice, his ideas and the activity of public relations are shown from the context of the time. Luiz Beltrão used strategies of this area to create and legitimize a course of Journalism, a scientific magazine and the work he developed. He searched, argued, nailed and employed a closer approach to the Public Relations of that of the simple spreading, traditional in communicators of his time. Emphasis is given, in particular, to his interest in characterizing it as an activity that must necessarily be exerted from researches that support its execution.

Keywords: Luiz Beltrão – Public Relations – History.

Resumen

El artículo recupera la trayectoria de Luiz Beltrão, autor de veinte libros, primero doctor en Comunicación en Brasil y a quien la literatura normalmente se refiere como profesor, teórico en Comunicación, investigador en “folkcomunicación” y periodista. En el artículo, se enseña la relación entre su práctica profesional, sus ideas y la actividad de las relaciones públicas a partir del contexto de la época. Luiz Beltrão ha utilizado estrategias de ese sector para crear y legitimar un curso de Periodismo, una revista científica y el trabajo que desarrollaba. Investigaba, discutía, predicaba y se utilizaba de un actuar más próximo de las Relaciones Públicas que lo de la simple divulgación, tradicional entre los comunicantes de su época. Se pone énfasis, en particular, en su interés al caracterizarla como una actividad que debe, necesariamente, ejercerse a partir de investigaciones que sostengan su ejecución.

Palabras-clave: Luiz Beltrão – Relaciones Públicas – Historia.

Introdução

Luiz Beltrão foi um dos mais festejados estudiosos brasileiros da Comunicação. Autor de vinte livros, advogado, jornalista, romancista, professor, pesquisador, teórico. Apesar de autodidata, foi o primeiro doutor em Comunicação no Brasil, com tese defendida na Universidade de Brasília em 1967, quando gerou o termo folkcomunicação, dando origem a um objeto de estudo em evidência até hoje. A par desta contribuição, que talvez seja a mais importante de um pesquisador brasileiro em Comunicação, e da diversidade de áreas de atuação que lhe costumam ser atribuídas, Beltrão demonstrou grande interesse pela atividade de relações públicas e a plena execução de seu potencial. E suas idéias na área talvez tenham sido o aspecto menos estudado em sua vida profissional, embora pesquisadores como Benjamin tenham proposto esta necessidade¹.

Para estabelecermos a relação entre Luiz Beltrão e a prática de relações públicas, é necessário considerar o contexto em que se insere sua presença, pois é injusto avaliar sua contribuição do ponto de vista da compreensão atual sobre a profissão. Estas duas questões são abordadas no presente trabalho, visando mostrar como a trajetória de Beltrão tem relação com a evolução da caracterização da profissão e acentuar que este

1. Este texto foi preparado com base em pesquisa sobre a trajetória de Luiz Beltrão (cf. Duarte, 2001a). Ao destacar que “a extensão e a importância da contribuição de Luiz Beltrão aos estudos e à prática das Relações Públicas no Brasil está a merecer um estudo específico”, Benjamin (1998, p. 108) estimulou sua produção.

personagem da história da Comunicação no Brasil também deve ser tratado como referência na área.

Relações públicas no tempo de Beltrão

Relações Públicas é um termo que comporta uma gama muito grande de interpretações, no Brasil e na maioria dos países em que essa atividade profissional é reconhecida. São antigos os debates sobre a definição conceitual da profissão, chegando os pesquisadores a identificar centenas de caracterizações desconstruídas. Num dos últimos trabalhos sobre o tema, Moura e Scroferneker (1999), examinando 31 obras adotadas no Brasil como referência bibliográfica na área, concluíram pela “existência de um descompasso entre os diferentes autores. Não há consenso, a ambigüidade é uma constante”, mostrando-se uma certa coerência apenas na caracterização do uso da estratégia de relacionamento com os públicos, o que, segundo as autoras, garante uma identidade para a atividade.

Este problema por certo não deveria existir. Afinal, o Brasil foi o primeiro país a regulamentar a profissão, em 1967, incluindo, portanto, há 34 anos, entre as exigências para o desempenho da atividade, o diploma de nível superior em Relações Públicas. E esta regulamentação, embora possa ser considerada prematura face ao número de profissionais atuantes na época e ao incipiente conjunto sistematizado de organização teórica², é resultado de um processo articulado de busca de reconhecimento iniciado em 1954 com o surgimento da Associação Brasileira de Relações Públicas³.

Assim, antes de 1967, é pouco adequado falar-se em “profissão”, já que ela não estava regulamentada, sistematizada e nem havia sido definida teoricamente. O exercício da atividade, da prática de relações públicas, foi tema de cursos, debates publicações, sempre com um relativo grau de variedade nas abordagens⁴ quanto à sua identificação, em

2. Observe-se que apenas no ano em que é regulamentada a profissão surge o primeiro curso superior regular de graduação em Relações Públicas com duração de quatro anos, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

3. Recomenda-se a leitura de Kunsch (1997) e Brandão (2001), que fazem uma substancial análise crítica da trajetória de Relações Públicas no Brasil.

4. Sugere-se a leitura de Serra e Gurgel (1985) para melhor compreensão dessa diversidade.

função da amplitude de atividades possíveis em uma área em expansão e ainda não claramente definida. Esta etapa de construção da profissão é geralmente caracterizada pelo uso de termos imprecisos, mas recorrentes na literatura brasileira das seis primeiras décadas do século XX, onde o principal foco na definição da área parece ser o da divulgação para “criação de imagens”. Nestas concepções, por exemplo, podemos encontrar termos como informação governamental, sala de imprensa, redação de serviço público, gabinetes de imprensa, assessoria de imprensa oficial, propaganda, relações com o público, serviço de informação, todos com similaridade ao exercício do que se convencionava chamar relações públicas, embora a maior parte tenha desaguado no que hoje é conhecido como assessoria de imprensa⁵, uma especialização no relacionamento com jornalistas atuantes em redações.

O texto que regulamentou a profissão definia uma situação então vigente, ou seja, o relacionamento com a imprensa dentro do espírito da prática de relações públicas. O problema é que a atividade de contato com a mídia, na época, era executada em geral por jornalistas como Luiz Beltrão e a legislação como que criou uma reserva de mercado, uma área de preservação para a profissão, colocando uma placa na entrada: “acesso restrito: intrusos serão processados”. E os jornalistas preferiram não abrir mão de adotar no dia-a-dia o título de profissão de origem a assumirem-se como praticantes de relações-públicas. A maior parte dos profissionais instalados em gabinetes manteve a caracterização de sua atividade de divulgação institucional e comunicação interna como jornalismo, o que se firmou como típico da profissão, mesmo sem previsão legal.⁶ O resultado é que a atividade de divulgação que originalmente dava suporte à prática de re-

5. Consideramos que a atividade de assessoria de imprensa faz parte da função de relações públicas, que no Brasil é, na grande maioria dos casos, desempenhada por jornalistas (cf. Duarte, 2001b)

6. Isto ocorreu apesar de, no capítulo II, artigo 2º, letra a da regulamentação da profissão estar expresso que é atividade específica de relações públicas a “informação de caráter institucional entre a entidade e o público, através dos meios de comunicação” e que a legislação do jornalista, mesmo incluindo atividades como revisão, fotografia, diagramação, não prever a prática da chamada assessoria de imprensa.

lações públicas (e ainda o faz em outros países) hoje é exercida no Brasil por jornalistas via nomenclatura de assessoria de imprensa. Isto é resultado, inicialmente, da não-ocupação desta área por relações-públicas e, na seqüência, até mesmo por consequência, da perda de espaço do profissional na administração da comunicação organizacional para o jornalista, embora este fosse preparado em sua formação universitária, apenas para atuar em veículos de comunicação de massa⁷.

Trajetória de Luiz Beltrão

Luiz Beltrão começou no jornalismo aos dezoito anos de idade, em 1936, como repórter do Diário de Pernambuco, numa época em que a atividade era assumidamente um “bico” à disposição principalmente de literatos, políticos, servidores públicos e juristas, muitos deles interessados menos em informar à sociedade e mais em serem conhecidos junto à sociedade local ou, ainda, como diria o próprio Beltrão, “melhorar o nome no emprego” (1987, p. 8). No ano seguinte, ingressou no Instituto de Previdência dos Servidores do Estado, executando a atividade de redator público, distribuindo à imprensa informações oficiais para veiculação gratuita. Sócrates de Carvalho, que trabalhou com ele nesse órgão, avalia que o trabalho que desenvolvia tinha “caráter de relações públicas, procurando divulgar as atividades do órgão na imprensa e criar sua imagem na opinião pública” (apud Benjamin, 1998, p. 60).

O duplo emprego, na redação e no governo, não era problema ético; era solução prática dentro da realidade vigente. Como todos, utilizava a redação para divulgar o órgão público em que trabalhava: “era a época da ditadura do Estado Novo. Então, os jornais publicariam tudo o que saísse de qualquer repartição do governo” (Beltrão, 1987, p. 8). Em 1943, é nomeado chefe da Seção de Divulgação do Departamento de Imprensa e Propaganda de Pernambuco (DIP) e, entre abril e dezembro de 1945, exerce o cargo de diretor do Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP). Afirmaria posteriormente, numa autodefesa preventiva, que, apesar do nome e da fama negativa do órgão, seu trabalho era apenas

7. Ver em Duarte (2001b).detalhes sobre a ocupação das áreas típicas de Relações Públicas pelos jornalistas.

de divulgação, pois a censura era responsabilidade da polícia política. Em 1948, é nomeado oficial administrativo da Assembléia Legislativa, lotado junto à Comissão de Constituição, Legislação e Justiça. Além de trabalhar no serviço público e em veículos de comunicação (rádio, jornais, revistas, agências), cria uma assessoria de imprensa (chamada de Escritório de Informações Jornalísticas) e atua na Associação Comercial de Pernambuco, onde edita um boletim mensal. No governo do Estado, participa na divulgação da campanha contra o mocambo, para ele “o primeiro movimento de conscientização, no Brasil, para o problema da habitação, torna extensivo a todo o País pela Fundação da Casa Popular e que alcançaria seu pleno desenvolvimento no Plano Nacional de Habitação, hoje executado graças aos incentivos fiscais canalizados para o BNH” (1973).

Não existiam cursos superiores de jornalismo na região e os profissionais de imprensa eram contra sua implantação; afinal, o pensamento dominante na época era de que jornalismo se aprende em redação. Além disso, o resultado, em longo prazo, seria a profissionalização da atividade e, talvez, a substituição dos jornalistas. Mas Beltrão liderou uma campanha para mobilizar a opinião pública, distribuiu à imprensa artigos e matérias defendendo a idéia, promoveu eventos. E a Universidade Católica de Pernambuco criou o curso, convidando-o para instalá-lo. Os chamados redatores do serviço público tinham a vantagem de garantir aumento de vinte por cento no salário se possuísem o título universitário (Beltrão, 1963, p. 5), o que estimulou a matrícula no curso de Jornalismo de alunos oriundos de órgãos públicos, particularmente aqueles também ligados a veículos de comunicação. Talvez por isso, fortalecia-se a tendência de jornalistas em trabalhar simultaneamente na imprensa e em órgãos governamentais.

Depois de criado o curso, Beltrão continuou abastecendo as redações com textos, mostrando os avanços na estruturação e na busca de alunos e de credibilidade. Benjamin destaca esta preocupação em

construir uma imagem do curso de Jornalismo, tanto antes de sua implantação – por meio de uma verdadeira campanha de opinião pública – quanto depois, realizando e divulgando, através da grande imprensa, pesquisas e recolhendo contribuições de jornalistas consagrados na revista *Comunicação & Problemas* [que criara e editava] (1998, p. 107).

O pesquisador, contemporâneo de Beltrão, nota que

a sua relação (...) com o empresariado de Pernambuco, ao contrário de outros jornalistas que optaram pela publicidade, estava ligado (a relação ou Beltrão?) a setores de relações públicas, como a concessão de prêmios de estímulo a operários-padrão, ou a concursos e outras premiações de reportagens” (ib.).

Ou seja, ao contrário dos “jornalistas residentes em instituições”, que atuavam apenas na divulgação, simples propaganda, ele usava estratégias de comunicação junto a determinados públicos para atingir objetivos mais amplos. Beltrão conseguira, por exemplo, criar o Prêmio Moinho Recife, que garantia bolsa aos alunos mais bem classificados nos primeiros semestres, com direito a divulgação nos jornais do Recife. Como forma de treinamento, mas também para legitimar e obter o reconhecimento do curso promovia visitas “de observação” dos alunos a instituições públicas e privadas como universidades, órgãos públicos, penitenciárias, indústrias, cooperativas. O principal objetivo didático era que o aluno produzisse reportagens e comentários a serem publicados na imprensa local ou mesmo em veículos da universidade. Outra meta era “influenciar en la formación de la opinión pública a través de colaboración para la mejoría de los patrones técnicos y éticos de nuestra prensa” (Beltrão, 1963, p. 28). E para isso a análise morfológica e de conteúdo da mídia local, com a divulgação dos resultados na própria imprensa, era fundamental, pois chamava a atenção para as possibilidades “científicas” da comunicação ao mesmo tempo em que mostrava como se comportava a imprensa e como o público local a percebia – algo curioso e inédito na época.

No curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, criou a disciplina básica Psicologia Social e Relações Públicas, com carga de duas horas semanais. A introdução dessa disciplina num curso de Jornalismo ainda hoje é comum, por exemplo, nos Estados Unidos, embora lá o ensino relacionado à atividade esteja migrando para outros tipos de cursos (cf. Botan e Hazleton, 1989). Uma de suas inovações, naquela universidade, foi a criação, em 1963, do Instituto de Ciências da

Informação (Icinform), uma entidade que atuaria com treinamento de pessoal, pesquisa e divulgação de pesquisas no âmbito universitário e que ajudaria a consolidar a prática da pesquisa em Comunicação no Brasil. Maria das Graças Targino diz que até o Icinform serviu de estratégia de relações públicas para “firmar a imagem do curso de Jornalismo como a alternativa para se ter um profissional com sólida formação ética, técnica e política, por meio de intensa campanha de opinião pública” (apud Marques de Melo e Gobbi, 1999, p. 172). Entre as atividades do Icinform estavam obter patrocínio de empresas para o oferecimento de bolsas a alunos, a realização de cursos, pesquisas, excursões, visitas. Um de seus cinco departamentos era o de Relações Públicas.

A proposta de um sistema de comunicação governamental

Em maio de 1967, Beltrão publica artigo de meia página em O Estado de S. Paulo, sob o título de “A importância da informação governamental”, no qual prega a necessidade de um sistema de comunicação cuja estrutura “incorpore não somente os serviços de imprensa e relações públicas ora existentes em diversos setores governamentais e os veículos dispersos”. Diz que a indústria e o comércio, sob a pressão da concorrência, reconheceram a necessidade de “programas de relações públicas – isto é, da larga divulgação da sua política, dos seus objetivos, das suas necessidades de aprovação e apoio coletivo”. E reclama a ausência de uma política aberta e democrática no governo federal mediante a “ampla divulgação aos seus atos e projetos, para, deste modo, alcançar a compreensão e a solidariedade, a ajuda e o entusiasmo do povo”.

Para Beltrão, a comunicação governamental não deve ficar

à mercê de improvisações, antes reclama a constituição de profissionais e equipes bem adestradas, com formação cultural e técnica proporcionada em nível universitário, (...) com o domínio das técnicas de comunicação modernas e conhecimento amplo do processo de elaboração e difusão de mensagens e seus efeitos na sociedade (1967).

Lembra que a própria Presidência da República não tem uma secretaria de imprensa bem estruturada e que atua limitando-se, em geral, à distribui-

ção de cópias de discursos, leis, regulamentos e projetos. E informa ter incluído no currículo da Universidade de Brasília, onde era coordenador da Faculdade de Comunicação, uma disciplina específica para a formação de especialistas em Informação Governamental, para atuar até mesmo em serviços informativos brasileiros no exterior. Além disso, estava sendo criada, na própria UnB e vinculada ao curso, a Agência de Informação e Propaganda (AIP), que teria um Setor de Informação Governamental. Beltrão destaca com entusiasmo, em pós-escrito, que o artigo já estava pronto quando a Presidência da República divulgou interesse em implantar um organismo destinado a “esclarecer o povo sobre o que o governo está realizando e o que pretende realizar” e promover a “identificação entre a opinião pública e os objetivos nacionais a serem alcançados pelo governo”.

Hoje este organismo faz parte da história das Relações Públicas, mas não da maneira como propunha Beltrão. Foi criado em 1968 com o nefasto nome de Assessoria Especial de Relações Públicas e o objetivo de “assessorar o Presidente da República nos assuntos de comunicação social”. O termo “relações públicas” seria utilizado como rótulo para as ações governamentais manipuladoras na área de Comunicação e a própria AERP seria “comandada” por generais, num período cujo símbolo máximo seria o trágico AI-5. A legitimação de Relações Públicas junto ao governo e à sociedade surgia, assim, justamente no período menos democrático da história recente do País.

Dando seqüência ao interesse do governo em se legitimar com o uso da comunicação pública, foi criado, em 1970, o Sistema de Comunicação Social, que seria integrado pela AERP, as coordenadorias de Relações Públicas dos ministérios e os órgãos de Comunicação das administrações direta e indireta. O mau uso do potencial de comunicação locado na AERP repetiu o problema surgido com o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) durante a Segunda Guerra Mundial. Ambos utilizaram em larga escala a propaganda governamental e a censura, buscando menos esclarecer e estimular a participação e mais louvar o governo da época e convencer a sociedade do bom interesse e sucesso das ações. Como resultado, o DIP e, principalmente, a AERP prejudicaram de modo provavelmente irremediável a imagem da profissão de relações públicas junto à sociedade e, particularmente, junto aos jornalistas.

Pesquisa como insumo básico

Beltrão estimulava a prática da recém-oficializada atividade de relações públicas em qualquer organização. A constante valorização da atividade de comunicação como responsável pelo intercâmbio de idéias e informações fazia com que acreditasse que o “relacionista público”, como chamava, era um dos responsáveis pelo equilíbrio entre a organização e o público:

Por não conhecer o seu público, não perquirir e analisar o espírito da audiência, por não atender às suas necessidades reais antes que a um suposto e duvidoso gosto ou a uma moda transitória é que o comunicador brasileiro, sem talvez ter disso consciência, está desperdiçando os instrumentos e recursos postos à sua disposição e cooperando para uma alienação coletiva e para o agravamento da crônica subinformação em que se acham mergulhados os povos latino-americanos (Beltrão, 197-).

Sua prioridade era a pesquisa como maneira de conhecer e transformar a realidade:

Nas instituições governamentais e nas empresas privadas da área de Comunicação, com raríssimas exceções, impera a improvisação, a cômoda burocracia, a ausência de pesquisa e planejamento, o imitacionismo, a importação de esquemas e modelos alienígenas e a presença, nos postos-chaves, talvez de excelentes funcionários mas de elementos absolutamente jejunos no que se refere ao diálogo, à troca revigorante de sentimento e experiências de uma ação coordenada e produtiva entre o indivíduo e a organização” (ib.).

E, em todas as abordagens sobre a profissão, defende a necessidade de pesquisa e o exercício sério da atividade em construção, reclamando sobre o amadorismo e o “achismo” (termo nosso) com que era executada: “Rara é a empresa que se decide a iniciar um programa de relações públicas submetendo-se à pesquisa de opinião que lhe dará uma imagem verdadeira; os seus executivos preferem quase sempre lançar-se à campanha de acordo com o que eles pensam que o público pensa a seu respeito” (Beltrão, 1969a, p. 67). Ao mesmo tempo, nota como obstáculo à pesquisa e à atualização da comunicação o problema do jornalista polivalente, que se improvisa como “relacionista” e argumenta que este profissional não está mais atualizado nem capacitado quanto às mudanças sociais da época.

Sobre a visão que tinha do papel do “relacionista” editou um folheto didático, provavelmente utilizado nos cursos de Relações Públicas que ministrava, onde é possível verificar seu pensamento sobre o papel da profissão levada a sério: nos quadrinhos, com o título de Cultura e relações públicas: um episódio do século XX, Beltrão apresenta a sociedade da época simbolizada pelo homem da empresa que “esmaga” o consumidor, enquanto o governante nada explica ao cidadão. “À margem”, no alto, em sua torre de marfim, o “homo cultus”, que se subteve o especialista, o intelectual. Cabe a este “homem culto”, na proposta de Beltrão, descer ao chão, à realidade, e utilizar as técnicas de relações públicas e de pesquisa para promover a integração e a paz social entre os oponentes. A crítica é para quem, permanecendo em sua torre, se aliena do processo, do que ocorre na sociedade.

Apesar de se dedicar muito ao jornalismo, Luiz Beltrão era um estudioso da comunicação em geral, e seus livros de teoria mostravam isso. Este empenho o levava a organizar cursos, aceitar proferir palestras e até organizar currículos de Relações Públicas em várias instituições. Já em 1963, ministrou o curso de Jornalismo para o Público, no Centro Pernambucano de Relações Públicas e, no ano seguinte, o curso de Relações Públicas, no Centro Paraibano de Relações Públicas, além de outros, especificamente sobre opinião pública. Em 1967, organiza, à convite, o currículo do curso de Relações Públicas da Faculdade de Humanidades e Comunicação da Fundação Álvares Penteado, de São Paulo.⁸ No currículo de Jornalismo que elaborou para a Universidade de Brasília quando coordenador, prevê a formação de profissionais de relações públicas e informação governamental, dentro do que chama “técnicas de persuasão”. Em 1970, como autor do projeto pedagógico, estruturou o curso de Comunicação Social do atual Centro Universitário de Brasília (UniCeub), em três áreas – Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. E, no encerramento do II Seminário de Relações Públicas, no dia 22.09.1972, em São Paulo, faz a conferência “A participação de Relações Públicas no processo de formação de uma cultura nacional”.

8. Não foi possível confirmar se a proposta foi executada, embora a data de criação do curso sugira que sim.

Embora tenha ministrado cursos e palestras e citado com frequência a importância da atividade em seus textos, além de elaborar apostilas sobre o uso de relações públicas na Igreja Católica, não encontramos, durante a pesquisa, material sistematizado de sua autoria sobre esse aspecto.

O principal exemplo, entretanto, da prática de comunicação na busca de atingir os objetivos organizacionais pode ser encontrado no trabalho que realizou na Fundação Nacional do Índio (Funai). Beltrão começara a atuar na área de Comunicação como redator do serviço público e jornalista, tornara-se professor e pesquisador, chegando a coordenador do curso de Comunicação da Universidade de Brasília. Em 1969, já afastado da UnB, começa a atuar na área de Relações Públicas na Funai, ao mesmo tempo em que cria o currículo de Comunicação Social para o então Centro de Ensino Unificado de Brasília, o atual UniCeub.

A Funai substituíra o Serviço de Proteção ao Índio e acabara de transferir-se do Rio de Janeiro para Brasília. Naquele momento, a instituição enfrentava o problema mais sério de imagem junto à sociedade em sua história. Reportagens no Brasil e exterior denunciavam-na por não dar importância para o problema da questão indígena e havia veículos que a acusavam, até mesmo, de insuflar o genocídio nas tribos. Sylvio Reiner, jornalista de *O Globo*, que trabalharia posteriormente com Beltrão, explica, em entrevista, que “a Funai era muito atacada por causa do Regime Militar; era época da Rodovia Transamazônica e havia uma campanha internacional em virtude de maus-tratos aos índios” (2000). Para piorar o problema, a questão indígena era de grande interesse público e, segundo avaliação do próprio Beltrão, somente o futebol merecia mais espaço na imprensa. “Chamei-o para organizar um serviço de Comunicação na Funai, capaz de enfrentar aquela atoarda”, diz José de Queiroz Campos, então presidente da Funai (apud Benjamin, 1998, p. 177). E relata o resultado: “Já no primeiro semestre de 1970 a Fundação hospedava, nas comunidades preferidas pelos jornalistas, importantes órgãos da imprensa e da televisão européias. Foram imparciais” (ib.).

No início de suas atividades na Funai, Beltrão criou a Assessoria de Imprensa e Relações Públicas (depois transformada em Assessoria de Relações Públicas), ligada à presidência, atuou no relacionamento com a imprensa e, logo em seguida, criou um programa sistemático de análise

do noticiário. Diariamente lia até os dez principais jornais brasileiros, além de veículos estrangeiros e, a partir de técnicas de análise de conteúdo, elaborava relatórios em tópicos para a direção da Funai e mesmo para outros órgãos do governo, orientando sobre os focos potenciais de problemas e alternativas para solucioná-los. Foi um detalhado e consistente serviço de análise com o objetivo de ajudar a Funai na formulação de políticas públicas, no relacionamento não apenas com a imprensa e a sociedade, mas também com os próprios índios.

Beltrão, que começara como responsável pela AIRP da Funai, com a chegada do jornalista Afonso Ligório para a coordenação, dedicava-se quase exclusivamente à tarefa de analisar o noticiário. Para organizar o trabalho, cria-se o Setor de Pesquisa, que Beltrão chefiava e que conta com estagiários. Eventualmente também elabora textos para veículos de comunicação interna, redige roteiros de vídeos e atende a imprensa.

A relações-públicas Lúcia Maria de Freitas Passos, que trabalhou com Beltrão na Funai, conta, em entrevista:

Os projetos de relações públicas naquela época não saíam dos projetos, com exceção de festas juninas, festa de Natal. (...) Relações-públicas era um atendente de luxo. (...) Mas para Beltrão era diferente. Analisava o material que era publicado para a presidência da Funai e o Ministério, antecipava a probabilidade de conflito, o que daria certo ou não. (...) Ele projetava, chegava a apontar quando iria estourar um problema (2000).

Para Benjamin,

sua passagem pela Funai resultou na mais extensa pesquisa quantitativa, com técnicas de jornalismo comparado, para atividades de relações públicas. Vale ressaltar que não apenas a política de informação da Funai foi redirecionada, a partir dos dados obtidos, como a própria política indigenista do Brasil – atividade-fim daquele órgão – foi afetada pelo resultado (1998, p. 109).

Entre as propostas aprovadas pela Funai esteve a distribuição de folhetos em quadrinhos sobre o índio brasileiro e sua integração na comunidade nacional.

Afonso Carvalho, em entrevista, diz que, apesar de todo o esforço, Beltrão queixava-se de que não se faziam relações públicas na Funai, mas

apenas divulgação jornalística, e de que isso não eram relações públicas. “Ele entendia a área como muito mais diversificada – e tinha razão. Curiosamente, o único trabalho de relações públicas era feito pelo próprio Beltrão, que era a análise de noticiário e orientação quanto a posicionamento” (2000). Carvalho lembra que, na época, era difícil caracterizar exatamente o que faziam as relações públicas.

Era, em geral, uma tarefa vinculada ao contato com o público e executada por qualquer um. Por isso, até mesmo o curso [de Relações Públicas] criado por Beltrão no UniCeub teve problemas no início, com pouca gente interessada. Ninguém dava valor, embora toda a estrutura do governo tivesse áreas chamadas de Relações Públicas (ib.).

O trabalho de análise de Luiz Beltrão na Funai gerou pelo menos nove relatos de pesquisas diferentes, além de textos publicados nos veículos de comunicação da Funai. Parte desse material foi distribuído entre autoridades e setores de relações públicas do governo, universidades e pesquisadores, com o objetivo de que outros órgãos utilizassem o método. O principal documento, entretanto, é *O índio: um mito brasileiro*, seleção das informações e críticas formuladas pelos principais jornais do País sobre o índio, no período de 1973 a janeiro de 1975. Este livro talvez contenha a mais completa pesquisa de análise de conteúdo publicada no Brasil e é um excelente exemplo do uso eficiente de instrumentos como *dipping* e exame do noticiário. O total dos textos estudados foi equivalente a 603 páginas de jornal standard. “Abordamos tão somente o conteúdo manifesto, a mensagem literal, o que efetivamente ela representa em si mesma” (Beltrão, 1977, p. 17). A publicação cumpria, para Beltrão, o papel educativo das relações públicas. E, já na introdução, informava: “Não acreditamos em relações públicas sem pesquisas”.

Os dados coletados e as análises realizadas em uma década de trabalho foram colocadas no lixo por um novo assessor de comunicação, que, com a pretensão de montar uma assessoria “toda nova”, desprezou a memória reunida por Beltrão desde a fundação da Funai. Os colegas conseguiram salvar apenas algumas pastas e nunca contaram ao pesquisador o que ocorrera.

Luiz Beltrão não falava em relações públicas sem insistir na necessidade de que o trabalho tivesse sua base em pesquisas que mapeassem a realidade e oferecessem subsídios concretos de atuação e na avaliação que garantisse o exame dos resultados obtidos. Isso era recorrente em sua argumentação sobre a importância da atividade.

Fazer relações públicas sem cumprir a etapa de avaliação de rendimento é desperdiçar trabalho, mutilar um processo e malbaratar o dinheiro empregado na manutenção do pessoal e [no] desenvolvimento dos programas adotados pela instituição para seus públicos” (1971, p. 189).

Para ele,

os métodos e [as] técnicas do relações-públicas aí estão, e as escolas de comunicação e [os] centros de prática profissional, mesmo com sua incipiência, podem formar pessoal e programar atividades que redundarão em benefício do esforço comum pelo desenvolvimento nacional e pela maior cooperação entre os povos” (ib.).

Apesar de insistir na necessidade das relações públicas para qualquer instituição que desejasse ter um bom relacionamento com a sociedade, Beltrão, a partir da década de 1970, época da consolidação como profissão regulamentada, reduz seu envolvimento com a organização de cursos e palestras sobre o assunto. Mas mantém o alerta sobre a importância das pesquisas como diagnóstico para a prática de relações públicas e a importância da área para o equilíbrio entre os interesses da organização e da sociedade. Em carta à Tereza Halliday de 1978 (In: Benjamin, 1998: 265-267) insiste no problema da falta de pesquisa em Relações Públicas. Este talvez tenha sido o último documento tornado público com suas idéias a respeito da prática da profissão:

Sobre pesquisa em comunicação no Brasil, vejo muito pouca coisa e, em alguns casos, verdadeiras deturpações, que não passam de um jogo de eternos interessados em deixar como está para ver como é que fica. (...) Nem sequer no campo das Relações Públicas, que inexistem sem pesquisa, se encontra algo de real valor e importância para o desenvolvimento sociocultural

brasileiro. Creio que tudo decorre da falta de conhecimento generalizada de métodos e técnicas de pesquisa, principalmente na universidade, que vive um período amorfo, alienado, repetitivo e emasculado, num completo distanciamento do problema brasileiro” (apud Benjamin, 1998, p. 265-267).

Embora ministrasse cursos, organizasse currículos e utilizasse técnicas da área, Beltrão nunca se declarou um relações-públicas. É particularmente difícil identificar seu envolvimento com a atividade após a sua regulamentação no Brasil, mas a análise da trajetória do pesquisador a partir da década de 1930 ajuda a lançar luzes sobre os fatos que a antecederam. Suas idéias e a ênfase no uso estratégico da pesquisa em comunicação para compreender o ambiente e, com isso, facilitar o entendimento da realidade e sua mudança podem servir até hoje de exemplo para a prática da profissão.

Referências bibliográficas

- BELTRÃO, Luiz. A folkcomunicação não é uma comunicação classista. *Intercom - Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo: Intercom, n. 57, p. 5-15, jul.-dez. 1987. Entrevista a José Marques de Melo, Carlos Eduardo Lins da Silva, Rogério Bastos Cadengue e Marta Alves D’Azevedo.
- _____. O índio, um mito brasileiro. (Coleção Estudos Brasileiros, 6). Petrópolis: Vozes, 1977. Ensaio.
- _____. A Funai é exemplo. *Correio Braziliense*. Brasília, [s. p.], 18 abr. 1973.
- _____. Avaliação do rendimento na divulgação governamental: a experiência da Funai. *Revista do Serviço Público*. v. 106, n. 2, p. 177-189, maio/ago. 1971.
- _____. Mensagem de paraninfo dos bacharéis em Comunicação do Ceub. Brasília, 197-.
- _____. Os meios de comunicação e a universidade. *Cadernos de Jornalismo e Comunicação*. Rio de Janeiro: *Jornal do Brasil*, n. 16, p.65-70, nov. 1969a.
- _____. Currículos e estrutura para uma escola de comunicação. *Cadernos de Jornalismo e Comunicação*. Rio de Janeiro: *Jornal do Brasil*, n. 17, p.66-70, dez. 1969b.
- _____. A demolição de uma faculdade. *Comunicações & Problemas*. Brasília: *Icinform*, n. 8/9, p. 48-55, dez. 1968.
- _____. Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo. Quito: Ciespal, 1963. Conferências.

BENJAMIN, Roberto E. Câmara (Org). Itinerário de Luiz Beltrão. (Perfis Pernambucanos, 9). Recife: Associação de Imprensa de Pernambuco / Fundação Antonio dos Santos Abranches, 1998.

BOTAN, Carl H.; HAZLETON Jr., Vincent. Public relations theory. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1989.

BRANDÃO, Elizabeth P. O desafio das relações públicas no Brasil. In: BARROS, A. Teixeira de, DUARTE, Jorge; MARTINEZ, R. E. Comunicação: discursos, práticas e tendências. São Paulo: Rideel; Brasília: UniCeub, 2001.

CARVALHO, Afonso Ligório Pires de. Brasília, out. 2000. Entrevistas ao autor.

COMUNICAÇÕES & PROBLEMAS. Recife-Brasília: Icinform-UCP-Facunb/UnB, v. 1-12, 1965-1969. Coleção.

DUARTE, Jorge. Luiz Beltrão, um autodidata abrindo picadas no campo da comunicação. In: MARQUES DE MELO, José; DUARTE, Jorge (Orgs). Memória da ciência da comunicação no Brasil: os grupos do Centro-Oeste. Brasília: UniCEUB / Cátedra Unesco-Umesp de Comunicação, 2001a.

_____. O jornalista como assessor de imprensa: o caso brasileiro. In: BARROS, A. Teixeira de, DUARTE, Jorge; MARTINEZ, R. E. Comunicação: discursos, práticas e tendências São Paulo: Rideel; Brasília, UniCEUB, 2001b.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

MOURA, C. P.; SCROFERNEKER, C. M. A. Relações públicas x função política e administração de conflitos/controvérsias nas organizações. In: CORRÊA, Tupã Gomes; FREITAS, Sidinéia Gomes (Orgs.). Comunicação, marketing, cultura: sentidos da administração, do trabalho e do consumo. São Paulo: ECA-USP / CLC, 1999.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). Gênese do pensamento comunicacional latino-americano: o protagonismo das instituições pioneiras – Ciespal, Icinform, Ininco. (Anais da Escola Latino-Americana de Comunicação, 3). São Bernardo do Campo: Editora da Umesp / Cátedra Unesco-Umesp de Comunicação. 1999.

PASSOS, Lúcia Maria de Freitas. Brasília, out. 2000. Entrevista ao autor.

REINER, Sylvio. Brasília, out. 2000. Entrevista ao autor.

SERRA E GURGEL, J. B. Cronologia da evolução histórica das relações públicas. 3a. ed. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 1985.