

## BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

ANDRADE, C. Teobaldo de. **Administração de Relações Públicas no governo**. São Paulo, Loyola, 1982, p. 200.

No Brasil, a bibliografia específica de Relações Públicas não se apresenta muito fértil, como outras áreas do conhecimento humano. Dentre os escritores e pesquisadores de Relações Públicas, o Prof. C. Teobaldo de Andrade é um dos poucos que não se limitou a escrever apenas artigos. É autor de vários livros. No ano passado, lançou, pelas Edições Loyola, **Administração de Relações Públicas no governo**. Nas suas 200 páginas, o Autor desenvolve a tese de que os problemas de administração pública sempre constituíram a preocupação de governantes e governados.

Essa administração foi definida pelo mesmo autor, numa obra posterior ( **Dicionário profissional de Relações Públicas** ): como função destinada a planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar a atividade de um negócio, de uma empresa ou de um governo. No seu último livro, afirma que cabe às Relações Públicas, principalmente através de suas funções básicas — pesquisa e avaliação — proporcionar à alta administração informações e meios que possibilitem a formação de políticas da instituição ou empresa, em consonância com as exigências de seus públicos.

A obra de Teobaldo de Andrade estuda os problemas concernentes à administração pública desde os princípios e órgãos dessa mesma administração, analisando os poderes e recursos administrativos, na área municipal, estadual e federal, sem olvidar as Relações Públicas na administração indireta, bem como nas Forças Armadas e na Polícia Militar.

No que tange ao governo municipal, depois de salientar que a maioria dos prefeitos tem sido acusada de distribuidora de empregos, resultado de verdadeiros estereótipos que se mantêm, em face do desconhecimento das diretrizes e funções municipais, por parte dos cidadãos, o Autor acrescenta que “a população de uma cidade possui apenas imagens a respeito do governo municipal, não conhecendo sequer os serviços públicos do mais alto interesse próprio. Poucos têm noção do valor e da importância

dos tributos para a concretização das necessidades locais” (Cf. p. 137), donde a exigência da presença de especialistas em Relações Públicas Governamentais para explicar e esclarecer a importância e o modo de operar desses serviços públicos ( cf. p. 137 ). Para Teobaldo de Andrade, o desenvolvimento de Relações Públicas em âmbito municipal, reclama que seja realizado um amplo estudo das pessoas, grupos e condições sociais, para uma ação eficaz junto a essa comunidade.

Quanto ao governo estadual, o serviço de Relações Públicas deverá vencer a “passividade dos cidadãos pela motivação”. O Autor sublinha que “não é suficiente que se peça um voto de confiança à população de um Estado... É necessário, antes de mais nada, que o Governo estadual demonstre o maior respeito pelos seus públicos, pois o Poder Público, que menospreza a opinião de seus governados é, por sua própria natureza, antidemocrático e incapaz de gerir os negócios oficiais. Torna-se mister assegurar o diálogo, sem o emprego de demagogia, de artifícios ou de argumentos capciosos, que não são meios válidos em Relações Públicas” ( Cf. p. 125 ). E prossegue afirmando que no dia em que “se compreender e admitir a necessidade da divulgação de informações corretas e serenas, sem elogios a altos funcionários executivos, será mais fácil para a Administração Pública estadual planejar e executar sua política estadual” ( Cf. p. 125 ).

Uma autêntica e ampla política de Relações Públicas é o que se exige de um Estado moderno em face da complexidade de seus poderes. O Autor critica os serviços de Relações Públicas na área governamental federal, pelo fato de cuidarem tão-somente de contatos e não se preocupam em “ouvir e interpretar a opinião pública, avaliar os resultados de suas programações e nem de assessorar os administradores públicos na tomada de decisões” ( Cf. p. 115 ).

A obra de Teobaldo de Andrade constitui um precioso subsídio para professores e alunos dos Cursos de Relações Públicas, sobretudo no que diz respeito à disciplina “Relações Públicas Governamentais”. Não só mais recomenda-se a todos os profissionais da área e aos administradores públicos, pois, segundo o Autor, é de se aspirar que os governos compreendam a importância das funções das Relações Públicas e se proponham em fazer realizar pesquisas de opinião pública e outras necessárias à avaliação das aspirações nacionais e da receptividade, pelo público, dos atos, programas e atividades do governo” ( Cf. p. 117 ). Numa nação democrática o povo tem o direito de conhecer os atos de seus administradores e num “feed-back” contribuir para que o país, o Estado e o Município possam se desenvolver para o bem comum.

**Francisco Assis M. Fernandes**

MARCELINO, Nélson Carvalho. **Lazer e Humanização**. Campinas, Ed. Papirus, 1983, 83 p. ( Coleção Krisis ).

Nestes tempos de recessão, o lançamento da obra de Marcelino merece duplo aplauso. De um lado, pela coragem da mais nova editora do país, a Papirus, aqui mesmo de Campinas, que com sua **Coleção Krisis** pretende abordar os assuntos de nosso tempo, de maneira acessível aos não-iniciados. De outro, a oportunidade do livro, que em tempo vem preencher o grande vazio que envolve o tema lazer.

Marcellino traz, em seu livro, através de uma linguagem acessível a formações culturais mais heterogêneas possíveis, toda a dimensão do lazer e, principalmente, sua estrutura na sociedade de hoje.

A palavra lazer, como mostra o autor, está envolvida numa concepção mercantilizada, própria da sociedade capitalista de consumo conspícuo. Ao mesmo tempo que transmite informações básicas sobre o assunto, o autor contribui com sua visão para o questionamento desta concepção de lazer de consumo, que privilegia tão-somente as classes mais abastadas.

Propõe ele, primordialmente, uma democratização cultural, adequando a cultura a níveis de base popular, trazendo assim, prazer, realização e satisfação próprias, a estratos oprimidos pelo lazer massificado e homogeneizado. Este lhes é imposto como única alternativa pelos detentores do poder. Assim, através da democratização da cultura, dar-se-ia uma "revolução cultural", que ocasionaria uma alteração nos valores sociais. Neste sentido, o autor recorre a Gramsci e às suas formulações sobre educação e cultura. Para Marcellino, o espaço para o lazer será um espaço urbano democrático que propiciará um "tempo disponível" para o lazer dos indivíduos.

O autor tem em Dumazedier o suporte teórico fundamental de seu texto, para justificar a argumentação de um lazer humano, dentro de uma sociedade eminentemente técnica, com os valores sociais já consumados. À medida que sugere modificações nos valores vigentes, o texto é questionador.

Entretanto, creio que a proposta poderia ser mais aprofundada, pois fica no ar o como viabilizá-la, deixando ao leitor um desenrolar tão-somente superficial do que chama "educação para o lazer". Fica claro que o papel a ser desenvolvido pela escola neste processo é o de dar conhecimentos mínimos, sobre os quais se assentará o lastro de conhecimentos da "educação permanente", mas esta parte fica obscura.

Entendo que a educação é a via existente para o lazer, e que fora dela não se conseguirá uma alteração sensível nos valores sociais. Mas a questão fundamental de adequá-la aos componentes de uma so-

cidade viciada não se resolve pela proposta do a. e o texto, neste ponto, não esclarece o suficiente; apenas sugeria indicações. Fica, porém, o mérito do encaminhamento da questão.

Grace Atra J. Barbosa

\*

UZÊDA de Oliveira, A. e SECUNDINO, I. **Turismo, a Grande Indústria.** S. Paulo. Livraria Kosmos Ed., 222p.

Turismo, a Grande Indústria, escrito pelo fundador e primeiro presidente da RIOTUR e sua assistente, está sendo lançado pela Livraria Kosmos Editora S.A.

O texto saiu com muitas falhas de revisão, algumas imperdoáveis, como escrever EMBRATER ao invés de EMBRATUR. Não existe um índice de referência dos tópicos, como qualquer outra obra possui e metodologicamente os autores pecaram ao tentar colocar tudo sobre turismo numa obra pequena, o que é impossível, e ainda por misturar temas ou desvinculá-los no decorrer da obra.

Seu conteúdo apresenta informações históricas gerais muito úteis para quem quer saber algo sobre os primórdios do turismo, das grandes companhias e procedimentos turísticos, porém a aparente consistência termina em problemas mais ou menos sérios.

Na página 86 os autores assumem a teoria não científica de Erich von Daniken, como se fosse verdade acabada e provada definitivamente, em uma intromissão que não tem nada a ver com o tema proposto de transportes aéreos, pois as presumidas espaçonaves bíblicas citadas pelos autores jamais ofereceram serviços regulares, e de qualquer modo devem ter-se desinteressado totalmente, pois jamais reapareceram.

Na parte de cruzeiros marítimos, há erros de informação referentes ao "Queen Mary" e ao "France", hoje denominado "Norway". Os autores omitem ainda que, antes dos portugueses, os chineses já realizavam grandes navegações no Oriente. Ademais, não criticam a má administração, incompetência e má-fé que acabaram com os navios brasileiros da Lloyd, e não dão um quadro completo dos navios estrangeiros que fazem cruzeiros marítimos no Brasil durante o verão e, atualmente, mesmo no inverno. Se os autores consultassem o ABC Shipping Guide atualizado, publicado mensalmente na Inglaterra e distribuído para todo o mundo ocidental, evitariam erros crassos de informação.

Faltam ainda considerações sobre os aviões "Wide Body", que alteraram a filosofia de transportes aéreos, e informes sobre as três melhores cadeias hoteleiras do mundo: Westin, Marriot e Hiatt. Constatamos ainda várias informações erradas relativas à temática hoteleira, erros estes demasiadamente extensos para serem discutidos neste comentário. Mais

uma vez bastaria uma consulta aos diretórios atualizados dos grupos hoteleiros, para evitar essas falhas.

Finalmente, a visão tecnicista que o Coronel Uzêda e a Sra. Ilnah têm dos cursos de turismo, não condiz com a nossa realidade e interesses. Pelo menos nos mais conceituados cursos de turismo do Brasil.

Apesar de tudo, estudantes e interessados em turismo podem consultar o texto e os anexos legislativos, para adquirir conhecimentos gerais sobre a problemática do Turismo. No seu conjunto o texto precisa ser revisado, aprofundado e suprimidas determinadas passagens, para ficar mais próximo de uma obra que enriqueça a bibliografia nacional em turismo.

**Luís Gonzaga G. Trigo**

\*

**ERBOLATO, Mário L. Deontologia da Comunicação Social**, Petrópolis, Vozes, 1982.

Escrito em linguagem pedagógica, para atender ao novo currículo do MEC, esta obra obedece basicamente ao critério de analisar a importância da atuação dos comunicadores nas diversas áreas. O livro aborda a implantação da imprensa no Brasil e as primeiras transmissões de rádio e da televisão, apreciando a responsabilidade que, através desses veículos, os comunicadores passaram a assumir perante o público. Defendendo a liberdade para informar e opinar, não deixa, porém, de lembrar que aquelas empresas, embora constituam atividades econômicas, exercem funções de relevante interesse público. Na época em que as pessoas se tornam mais manipuláveis é preciso eliminar os obstáculos à verdade e ao conhecimento e, ao mesmo tempo, divulgar fatos e interpretações de modo que não firam a ética. Para escrever o livro, Mário L. Erbolato, além de pesquisar em bibliotecas e arquivos, manteve intensa troca de correspondência com órgãos de classe, para conhecer seus códigos, regulamentos ou estatutos. Na explicação inicial, o autor afirma: "Este trabalho visa oferecer à classe universitária uma visão geral sobre a Deontologia da Comunicação Social. Aos professores e alunos caberá aprofundar pesquisas e, sobretudo, realizarem debates, pois é inegável que os costumes e preconceitos se transformam, sofrendo sensíveis alterações. A semente para novos estudos está lançada. Espero que o livro coopere para a fixação de diretrizes, sempre atuais e adequadas, aos que integram os vários ramos da Comunicação Social".

**Júlio César T. Barbosa**

**CORRÊA, Viriato, Histórias da História do Brasil**, S. Paulo, Companhia Editora Nacional, em convênio com Fundação para o Livro Escolar, 1982.

Escritor de renome, com inúmeros trabalhos dedicados à infância, Viriato Corrêa teve reeditadas recentemente diversas de suas obras, que foram distribuídas às escolas de primeiro grau. Em *Histórias da História do Brasil* há referências ao primitivo mundo que, muitos anos após, se integraria à área da comunicação social. Quando surgiu a primeira tipografia no Brasil? Em Pernambuco, ao tempo do domínio holandês, não houve prelo algum, mas o que lá chegou depois, já nos primeiros anos do século XVIII, era apenas para compor orações e pequenos avulsos comerciais. O

governo português não consentia a publicação de livros, porque "por meio deles é que os povos se instruem" e "um povo instruído é povo que ama a liberdade".

Conta Vlrriato Corrêa que no Império "a notícia de um fato que se passava no Rio de Janeiro, levava dois ou três meses para chegar aos confins do Pará ou aos cafundós de Mato Grosso". O Conselheiro Eusébio de Queirós, Ministro da Justiça, compreendeu a imensa utilidade do telégrafo em um território como o nosso e a primeira linha de transmissão, "com tudo que era necessário comprado no estrangeiro" estava instalada no dia 11 de maio de 1852. Detalha o escritor que as comunicações percorriam um caminho reduzido: partiam da Quinta da Boa Vista (onde morava o Imperador) para o Quartel-General, no antigo Campo de Santana. O autor não esqueceu o trabalho dos jesuítas e descreve como funcionava o teatro para instruir os selvagens, com os meninos indígenas transformados em atores, participando de peças "que subiam à cena ao ar livre e no pátio das igrejas da época".

Mário L. Erbolato

RODRIGUEZ, Eulalio Ferrer, **Comunicacion y Comunicologia**, México, Prefácio de José Luis L. Aranguren. Colección Comunicación, Ediciones Eufesa, 1982.

Todas as formas de energia se convertem em geradoras da comunicação e toda comunicação é um estímulo coletivo para o conhecimento. Não há cooperação nem participação sem comunicação. À medida em que nos comunicamos, percebemos as alterações do nosso tempo e podemos nos adaptar à velocidade de suas mudanças, com tudo o que a vida produz. Esses conceitos são de Eulalio Ferrer Rodriguez, nesse seu recente livro e que, como o faz em artigos para revistas e jornais e nas conferências que tem proferido em Congressos Internacionais de Publicidade, se declara entusiasmado pelo poder da comunicação. O autor assinala que "os homens e mesmo os deuses, subiram ao Monte Sinai e ao Monte Parnaso, para daquelas alturas fazerem ressoar as suas mensagens". Outros pretenderam subir ao céu, através da Torre de Babel, precursora das torres de televisão, para se comunicarem diretamente com toda a humanidade. Por **Comunicação** é assim entendido o processo ativo dos significados e o intercâmbio de mensagens por meio do qual os homens se identificam, se influem e se orientam para determinado fim social. **Comunicologia**, por outro lado, é "a ciência da comunicação em seu sentido literal, ou seja, o conhecimento metódico dos mecanismos funcionais que determinam o modo, a orientação e a estrutura fundamental dos sistemas de comunicação, em função de suas transformações e de sua adequação permanente ao destinatário final, que se quer atingir".

Mário L. Erbolato

LISBOA, José Maria. **Almanack Literário de São Paulo**, S. Paulo, Edição fac-similar. Instituto Histórico e Geográfico de S. Paulo, em convênio com a Secretaria de Cultura do Estado, 1982.

O Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo, por iniciativa do seu presidente, Dr. José Pedro Leite Cordeiro, em colaboração com a Secretaria de Cultura do Estado, reeditou o **Almanack Literário de São Paulo**, publicado por José Maria Lisboa, de 1876 a 1885, no total de oito volumes e mais o Índice Onomástico.

O historiador Carlos Penteado de Rezende, em **Notícia Prévía**, datada de abril de 1982, lembra que o conteúdo dessa obra pode parecer ultrapassado, sem propor interesse a eventuais leitores ou estudiosos, mas acrescenta: "A simples lembrança de que estamos chegando ao fim do século XX, com a aproximação do terceiro milênio, é suficiente para provocar aquela sensação de angústia do tempo irreversível, que vai tragando no seu transcurso, os heróis, os povos e as civilizações. Lentamente recuam

para as nevoentas galerias do passado, as imagens retrospectivas de um Brasil que, há quase cem anos, extinguiu a escravidão e proclamava a República”.

Tipógrafo de profissão, nascido em Portugal aos 18 de março de 1838, José Maria Lisboa veio para São Paulo com 18 anos e dedicou toda a sua existência ao jornalismo. Trabalhou no *Correio Paulistano*, na *Gazeta de Campinas*, na *Província de S. Paulo*, e no *Diário Popular*, do qual foi fundador. O seu *Almanack* se concentrou de preferência nos temas paulistas, mostrando o desenvolvimento social e o lazer das famílias estabelecidas em áreas urbanas ou rurais. Não lhe foi fácil, contudo, a edição anual dos volumes originais, pois “muitos dos paulistas que em diversas épocas têm ilustrado a imprensa com os seus escritos” não atenderam à circular que receberam, para colaborar com os seus trabalhos.

O *Almanack* registra assuntos e informações de caráter permanente e relembra peculiaridades locais desaparecidas.

Mário L. Erbolato

\*

BORDENAVE, Juan E. Dias, *O que é Comunicação ?* ( Coleção Primeiros Passos ), S. Paulo, Editora Brasiliense, 1982.

Pela sua abrangência, jamais será possível descrever-se em poucas palavras o que é **comunicação**. O homem vive em sua relação de interdependência e em contato permanente com outras pessoas. Quase tudo o que se faz é comunicação: trocar cumprimentos, ouvir preleções de professores, assistir partidas de futebol, bater um papinho com os vizinhos, indagar os preços dos legumes nas feiras livres ou acompanhar as telenovelas. Não haveria esporte sem os gritos das torcidas, os apitos dos juízes e as informações que vão surgindo no placar eletrônico. Esses exemplos são lembrados no livro, que constitui o volume 67 da *Coleção Primeiros Passos*.

As aspirações de mobilidade social encontram um incentivo no jornalismo impresso. Não é só a leitura que pode levar a sonhos ou a pensar em um mundo com melhores condições. Segundo Juan E. Diaz Bordenave, “os recortes de revistas que cobrem as paredes dos favelados raramente contêm cenas de pobreza e opressão e sim mansões de luxo, pessoas bem vestidas e personagens aparentemente bem-sucedidas, como astros de cinema, cantores e estrelas do futebol”.

No capítulo *A Comunicação do Poder*, o livro aborda a manipulação pelas classes dominantes. O controle da opinião pode ocorrer através do monopólio estatal da distribuição do papel, entre outros. Nos programas de televisão classificados do “tipo pão e circo”, são usadas técnicas que condicionam as pessoas, embotando seu sentido crítico e estético, para evitar o desenvolvimento da consciência crítica de cada um.

Vale ressaltar a excelente observação de Juan E. Diaz Bordenave, resumida na dedicatória de seu livro: “A Jesus de Nazaré, o mais completo comunicador da História, porque foi, ao mesmo tempo, fonte, meio, signo e mensagem”.

Júlio César T. Barbosa