
RELAÇÕES PÚBLICAS: A CONTRIBUIÇÃO DE LUIZ BELTRÃO

Jorge Duarte

Relações Públicas, Jornalista, Mestre em Comunicação Social;
Técnico em Comunicação Social da Embrapa;
professor do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB);
doutorando da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)

Resumo

O artigo recupera a trajetória de Luiz Beltrão, autor de 20 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 de estratégias de Relações Públicas para criar e legitimar um curso de Jornalismo, uma revista científica e as atividades que desenvolvia. Pesquisava, discutia, pregava e utilizava um agir mais próximo das Relações Públicas do que da simples divulgação, tradicional em comunicadores de sua época. 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-chaves: LUIZ BELTRÃO, RELAÇÕES PÚBLICAS, HISTÓRIA

Introdução

Luiz Beltrão foi um dos mais festejados estudiosos da comunicação no Brasil. Autor de 20 livros, advogado, jornalista, romancista, professor, pesquisador, teórico. Apesar de autodidata, foi o primeiro doutor em Comunicação do Brasil, com tese defendida junto à Universidade de Brasília em 1967, quando gerou o termo folkcomunicação, dando origem a um objeto de pesquisa que mantém o interesse de pesquisadores até hoje. A par desta contribuição, que talvez seja a mais importante de um pesquisador brasileiro em Comunicação e a diversidade de áreas de

atuação que lhe são costumeiramente 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 necessidade^{xii}.

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. E estas duas questões serão abordadas neste trabalho, visando mostrar como a trajetória de Beltrão tem relação com a evolução da caracterização da profissão e acentuar a necessidade de que este personagem da história da Comunicação no Brasil também seja tratado como referência histórica 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 é atividade profissional reconhecida. São antigos os debates sobre a definição conceitual e a deontologia da profissão. Em levantamentos, pesquisadores chegam a identificar centenas de caracterizações desconstruídas. Num dos últimos trabalhos sobre o tema, Moura & Scroferneker examinaram 31 obras adotadas no Brasil como referência bibliográfica na área de Relações Públicas e concluíram pela “existência de um descompasso entre os diferentes autores. Não há consenso, a ambigüidade é uma constante”, existindo uma certa coerência apenas na caracterização do uso da estratégia de relacionamento com os públicos, o que, para as autoras, garante uma identidade para Relações Públicas.

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

Assim, antes de 1967 é ilegítimo falar-se em “profissão”, já que ela não existia de fato. O exercício da atividade, da prática de Relações Públicas, foi tema de cursos, debates publicações,

sempre com um relativo grau de variedade nas abordagens^{xii} quanto à sua caracterização, em função da amplitude de atividades possíveis em uma área em expansão e ainda não claramente definida. Esta etapa pré-profissionalização e 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 caracterização da área parece ser a de divulgação ou de “criação de imagens”. Nesta concepção, por exemplo, podemos encontrar termos como informação governamental, sala de imprensa, redação de serviço público, assessoria de imprensa oficial, propaganda, relações com o público, serviço de informação, todos com similaridade próxima ao exercício do que se convencionava chamar Relações Públicas, embora a maior parte tenha desaguado no que hoje é conhecido como assessoria de imprensa^{xiii}, uma especialização no relacionamento com determinado público.

O autor do texto que regulamentou a profissão de Relações Públicas definia uma situação vigente na época, 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 área reservada para profissão de Relações Públicas, colocando uma placa na porta: “área restrita: intrusos serão processados”. E os jornalistas preferiram não abrir mão de adotar no dia a dia o título de profissão de origem a assumir-se como Relações Públicas. A maior parte dos profissionais instalados em gabinetes de imprensa manteve no dia-a-dia a caracterização de sua atividade de divulgação institucional como jornalismo, o que acabou se firmando como típico da profissão, mesmo sem amparo legal^{xiii}. O resultado é que a atividade de divulgação que originalmente dava suporte à prática de Relações Públicas (e ainda dá 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, da perda de espaço do profissional na administração da comunicação organizacional.

Trajetória de Luiz Beltrão

Luiz Beltrão começou no jornalismo aos 18 anos, 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 interessados em ser conhecido

junto à sociedade local ou, como diria o próprio Beltrão, “melhorar o nome no emprego” (1987: 08). 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 trabalhou com ele no Ipsep e avalia (in: Benjamin, 1998: 60) 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”.

O duplo emprego na redação e 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 sáísse de qualquer repartição do governo” (Beltrão, 1987: 08). Em 1943 é nomeado Chefe da Seção de Divulgação do Departamento de Imprensa e Propaganda de Pernambuco 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 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 *Escritório de Informações Jornalísticas*) e atua na Associação Comercial de Pernambuco, onde edita um boletim mensal. No Governo do Estado participou na divulgação de da campanha contra o mocambo, para ele, “o primeiro movimento de conscientização, no Brasil, para o problema da habitação, tornando extensivo a todo o País pela Fundação da Casa Popular, o que alcançaria seu pleno desenvolvimento no Plano Nacional de Habitação, hoje executado graças aos incentivos fiscais canalizados para o BNH” (A Funai é Exemplo, 1973).

Não existiam cursos superiores de jornalismo na região e os profissionais de imprensa eram contra sua implantação, afinal o pensamento brasileiro 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, chamando-o para instalá-lo. Os chamados redatores do serviço público tinham a vantagem de garantir

aumento imediato de 20% no salário se possuíssem o título universitário (Beltrão, 1963: 05), o que certamente estimulou muitos alunos e ajudou a tornar a atividade um reduto de jornalistas.

Depois de criado o curso, Beltrão continuou abastecendo as redações com textos, mostrando os avanços na estruturação na busca de alunos e de credibilidade. Benjamin (1998: 107) 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. O pesquisador e contemporâneo nota que “a sua relação (...) com o empresariado de Pernambuco, ao contrário de outros jornalistas que optaram pela publicidade, estava ligado a setores de Relações Públicas, como a concessão de prêmios de estímulo a operários-padrão, ou a concursos e outras premiações de reportagens”. 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 conseguiu, por exemplo, criar o Prêmio Moinho Recife, que garantia bolsa aos alunos melhores 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, penitenciária, 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, 28) e para isso a análise morfológica e de conteúdo da imprensa 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 a imprensa e o público local se comportava – 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 horária de duas horas semanais. A introdução de uma disciplina de Relações Públicas no curso de Jornalismo buscando preparar o futuro profissional para a área da comunicação organizacional ainda hoje é comum, por exemplo, nos Estados Unidos embora lá esteja migrando para outros tipos de curso (ver Botan &

Hazleton). Uma de suas inovações na UCP foi a criação, em 1963, do Icinform (Instituto de Ciências da Informação), 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” (In: Marques de Melo & Gobbi, 1999: 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. No Icinform, um dos cinco departamentos era o de Relações Públicas.

Em maio de 1967, Luiz Beltrão, sob o título “A Importância da informação governamental” publica artigo de meia página em “O Estado de São Paulo”, pregando a necessidade de um sistema de comunicação em nível federal 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”.

A proposta de um sistema comunicação governamental

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”. Lembra que a própria Presidência da República não tem uma secretaria de imprensa bem estruturada e que atua limitando-se, em geral, à distribuição 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 no Brasil e 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, em pós-escrito, com entusiasmo, que o artigo já estava pronto quando a Presidência divulgou o 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 no ano seguinte 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 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, em 1970, foi criado 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 a louvar o governo da época e convencer a sociedade do bom interesse e sucesso das ações. Como resultado, o DIP e, particularmente, a AERP prejudicaram de modo provavelmente irremediável a imagem da profissão de Relações Públicas junto à sociedade e, particularmente, jornalistas.

Pesquisa como insumo básico

Beltrão, mesmo assim, 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 também 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 o 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” (Beltrão, [197-]).

E, desde as primeiras abordagens sobre a profissão, defende a necessidade de pesquisa e o exercício sério da atividade em construção, reclamando sobre o amadorismo e “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 RP de acordo com que eles pensam que o público pensa a seu respeito” (Beltrão, 1969a, 67). Ao mesmo tempo, nota como obstáculo à pesquisa e à atualização da comunicação, o problema do jornalista

polivalente, que se improvisa “relacionista” e argumenta que este profissional não está mais atualizado nem capacitado 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 subtende o especialista, o estudioso. 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 final é para o homem culto que, permanecendo em sua torre, aliena-se do processo, do que ocorre na sociedade.

Apesar de se dedicar muito ao jornalismo, Luiz Beltrão era um interessado pela 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, planeja, à convite, o currículo do curso de Relações Públicas da Faculdade de Humanidades e Comunicação da Fundação Álvares Penteado, de São Paulo^{xii}. No currículo de Jornalismo para a UnB, quando ainda não tinha se afastado da universidade, prevê a formação de profissionais de Relações Públicas e informação governamental, dentro do que chama “técnicas de persuasão”. No encerramento do II Seminário de Relações Públicas, em 22.09.1972, São Paulo faz a conferência “A participação de Relações Públicas no processo de formação de uma cultura nacional”. Beltrão, como autor do projeto pedagógico, em 1970, estruturou o curso de Comunicação Social do atual UniCEUB em três áreas: Jornalista, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.

O principal exemplo, entretanto, da prática de comunicação na busca de atingir os objetivos organizacionais pode ser encontrado no trabalho que realizou na 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 Fundação Nacional do Índio no mesmo momento em que cria o currículo de Comunicação Social para o então Centro de Ensino Unificado de Brasília, hoje UniCEUB.

A Funai substituíra o Serviço de Proteção ao Índio e havia sido recém transferida do Rio de Janeiro. Naquele momento a instituição enfrentava talvez o problema mais sério de imagem junto à sociedade em sua história. Matérias no Brasil e exterior denunciavam a instituição por não dar importância para o problema da questão indígena e havia veículos que a acusavam, inclusive, de insuflar o genocídio nas tribos. Sylvio Reiner, jornalista de *O Globo*, que trabalharia posteriormente com Beltrão, explica (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.” 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 (In: Benjamin, 1998: 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”.

Se no primeiro momento Beltrão criou a Assessoria de Imprensa e Relações Públicas (depois transformada em Assessoria de Relações Públicas) ligada à presidência da Funai e atuou no relacionamento com a imprensa, logo em seguida implantou 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 inclusive outros órgãos do governo, orientando sobre os focos potenciais de problema 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, não apenas no relacionamento 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 coordenação, assumiu em definitivo a tarefa de realizar este trabalho e passou a chefiar o Setor de Pesquisa, atuando principalmente com pesquisa, embora eventualmente elaborasse textos para veículos de comunicação interna, redigisse roteiros de vídeos e atendesse a imprensa.

A Relações Públicas Lúcia Maria de Freitas Passos, que trabalhou com Beltrão na Funai conta (Entrevista) que “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 Ministério, antecipava a probabilidade de conflito, o que daria certo ou não. (...) Ele projetava, chegava a apontar quando iria estourar um problema”. Para Benjamin (1998: 109), “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”. Entre as propostas aprovadas pela Funai esteve a distribuição de folhetos em quadrinhos sobre o índio brasileiro e sua integração na comunidade nacional.

Afonso Ligório (Entrevista) diz que, apesar de todo esforço, Beltrão queixava-se de que não se fazia Relações Públicas na Funai, apenas divulgação jornalística e que isso não era 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”. Ligório 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, inclusive, 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”.

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 publicado no Brasil e é um excelente exemplo do uso eficiente de instrumentos como clipping e análise do noticiário. O total dos textos analisados 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: 17). A publicação cumpria para Beltrão, o papel educativo das Relações Públicas. E já na introdução informa: “Não acreditamos em Relações Públicas sem pesquisas”.

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 desenvolvimento dos programas adotados pela instituição para seus públicos”. Para ele “os métodos e técnicas do RR.PP. aí estão, e as escolas de comunicação e 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” (Beltrão, 1971: 189).

Insistia-se na importância das Relações Públicas para qualquer instituição que desejasse ter um bom relacionamento com a sociedade, Beltrão, a partir da década de 1970, com a regulamentação profissional de Relações Públicas consolidada e a área profissional delimitada, reduz seu envolvimento com a organização de cursos e palestras, mas mantém o discurso 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 inexiste sem pesquisa, se encontra algo de real valor e importância para o desenvolvimento sócio-

cultural 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”.

Bibliografia

- A Funai é exemplo. In: *Correio Braziliense*. Brasília: 18 abr. 1973 (s.p.).
- AUTRAN, Christina. *Comunicação-UnB: um sonho em vias de dinamização*. In: *Cadernos de Jornalismo e Comunicação*. n. 26, Rio de Janeiro: Jornal do Brasil, set-out. p. 6-8. 1970.
- BELTRÃO, Luiz. *Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo*. Quito: Ciespal, 1963. Conferências.
- BELTRÃO, Luiz. *Os meios de comunicação e a Universidade*. In: *Cadernos de Jornalismo e Comunicação*. Rio de Janeiro, Edições Jornal do Brasil. n. 16, nov. 1969a p.65-70
- BELTRÃO, Luiz. *Currículos e estrutura para uma escola de comunicação*. In: *Cadernos de Jornalismo e Comunicação*. Rio de Janeiro, Edições Jornal do Brasil. n. 17, dez. 1969b p.66-70
- BELTRÃO, Luiz. *Mensagem de paraninfo dos bacharéis em Comunicação do Ceub*. Brasília, [197-]
- BELTRÃO, Luiz. Avaliação do rendimento na divulgação governamental: a experiência da Funai. In: *Revista do Serviço Público*. v. 106, mai/ago 1971. n° 2. p. 177-189
- BELTRÃO, Luiz *A demolição de uma faculdade*. In: *Comunicações & Problemas*. n. 8/9, dez. Brasília: 1968a. Icinform. p. 48-55
- BELTRÃO, Luiz. *O índio, um mito brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1977. (Coleção Estudos Brasileiros; 6). Ensaio.
- BELTRÃO, Luiz. *A folkcomunicação não é uma comunicação classista*. In: *Intercom*, Revista Brasileira de Comunicação. n. 57, jul-dez. 1987. Entrevista a José Marques de Melo, Carlos Eduardo Lins da Silva, Rogério Bastos Cadengue e Marta Alves D’Azevedo. p. 5-15

- BENJAMIN, Roberto Ernesto Câmara (org). *Itinerário de Luiz Beltrão*. Recife: Associação da Imprensa de Pernambuco/Fundação Antonio dos Santos Abranches-Fasa (Perfis Pernambucanos; 9) 1998.
- BOTAN, Carl H. & HAZLETON Jr., Vincent. *Public Relations Theory*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1989.
- CARVALHO, Afonso Ligório Pires de. Entrevista ao autor. Brasília: out. 2000 e 24 abr. 2001
- COMUNICAÇÕES & PROBLEMAS*. v. 1-12, Recife-Brasília: Icinform-UCP-Facunb/UnB. 1965-1969. Coleção.
- DUARTE, J. *Luiz Beltrão, um autodidata abrindo picadas no campo da Comunicação*. In: MELO, J.M.M. & DUARTE, J. (Orgs). *Memória da Ciência da Comunicação no Brasil: os grupos do Centro-Oeste*. Brasília: 2001. (no prelo)
- DUARTE, J. *O jornalista como assessor de imprensa, o caso brasileiro* in BARROS, A. T.; DUARTE, J. & MARTINEZ, R. E. *Comunicação: Discursos, Práticas e Tendências* São Paulo: Rideel, 2001. (no prelo)
- MOURA, C. P. & SCROFERNEKER, C. M. A. *Relações Públicas x função política e administração de conflitos/controvérsias nas organizações*. In: CORRÊA, T. G. & FREITAS, S.G. (Org). *Comunicação, marketing, cultura: sentidos da administração, do trabalho e do consumo*. São Paulo: Eca/Usf: CLC, 1999.
- LIMA, Zita. Entrevistas ao autor. Brasília: out. e nov. 2000.
- MARQUES DE MELO, José. & GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). *Gênese do Pensamento Comunicacional Latino-americano: o protagonismo das instituições pioneiras Ciespal, Icinform, Ininco*. São Bernardo do Campo: Umesp, Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional (Anais da Escola Latino-Americana de Comunicação; 3), 1999.
- PASSOS, Lúcia Maria de Freitas. Entrevista ao autor. Brasília: out. 2000
- QUIRINO, Newton de Oliveira. Entrevista ao autor. Brasília: out. 2000.
- REINER, Sylvio. Entrevista ao autor. Brasília: out. 2000
- SERRA E GURGEL, J.B. *Cronologia da evolução histórica das Relações Públicas*. 3ª ed. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 1985.