

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)



A Influência da Comunicação 2

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)



A Influência da Comunicação 2

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Geraldo Alves

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima

Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice

Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador

Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano

Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

I43 A influência da comunicação 2 [recurso eletrônico] / Organizador
 Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.

 Formato: PDF
 Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader
 Modo de acesso: World Wide Web
 Inclui bibliografia
 ISBN 978-65-86002-32-4
 DOI 10.22533/at.ed.324201003

 1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Jornalismo. I. Silva,
 Marcelo Pereira da.

CDD 303.48

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Etimologicamente, a palavra “influência” deriva do ato ou efeito de influir, ação que uma pessoa, organização e/ou ator social exerce sobre outrem. Liga-se ao prestígio, ao crédito, à ascendência, ao predomínio e ao poder. Poderíamos dizer, assim, que pensar a influência da Comunicação remete a um universo caleidoscópico, investido de nuances que envolvem sujeitos, nações, narratologias, mídias virtuais e de massa, jornalismo, comunicação pública, publicidade, cinema, produção audiovisual, relações públicas, marcas, etc.

Destarte, este e-book intitulado “A influência da Comunicação 2”, comunga estudos, olhares e análises de pesquisadores de todo Brasil que trafegam pelos campos do jornalismo, da comunicação pública e política, das mídias emergentes, do bios virtual e das práticas/experiências do consumo, contribuindo para a elaboração de uma obra que debate o estatuto da Comunicação em um contexto cada vez mais midiático e permeado pela cultura de consumo.

Carecemos de uma renovação das condições teóricas, epistemológicas, profissionais e metodológicas da Comunicação e do fulcral laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos imprevisíveis ventos da globalização, da midiática e do consumo sem bússola. Desta perspectiva, podemos produzir mecanismos analíticos, dados e informações que geram impacto social e auxiliam no entendimento, mas, também, na construção de um mundo melhor e mais justo.

(Re)conhecer a influência da Comunicação para a sociedade, as organizações, os Estados-nação e os sujeitos, tornou-se *sine qua non* para a gestação da paz, a redução das desigualdades econômicas, culturais e sociais. Assim como a política perpassa o tecido social, a Comunicação, igualmente, se entrama por esse tecido, o define, o significa, o ressignifica e o constitui.

Necessitamos admitir os desafios, desvios e dificuldades da Comunicação, abraçando as oportunidades, esperanças, possibilidades e influências que dela efluem.

Marcelo Pereira da Silva

CAPÍTULO 1	1
“VOCÊ VÊ. VOCÊ LÊ. VOCÊ OUVI”: A CONVERGÊNCIA ENTRE RÁDIO, ON-LINE E JORNAL EM GAÚCHAZH	
Guilherme Jancowski de Avila Justino Luiz Artur Ferraretto	
DOI 10.22533/at.ed.3242010031	
CAPÍTULO 2	14
APONTAMENTOS E INFERÊNCIAS PARA UMA TEORIA DA DOGMATIZAÇÃO NA LINGUAGEM JORNALÍSTICA	
Marcos Reche Ávila	
DOI 10.22533/at.ed.3242010032	
CAPÍTULO 3	27
DE ELOÁ A ELAINE: IMPRENSA E O ASSASSINATO DE MULHERES BRASILEIRAS	
Nealla Valentim Machado	
DOI 10.22533/at.ed.3242010033	
CAPÍTULO 4	40
REGIONALIZAÇÃO E REDAÇÕES CONVERGENTES: ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
Amanda Lais Pereira Noletto Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.3242010034	
INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	
CAPÍTULO 5	52
COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A POLÍTICA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL: UMA INTERCESSÃO NECESSÁRIA À DEMOCRACIA	
Kênia Augusta Figueiredo	
DOI 10.22533/at.ed.3242010035	
CAPÍTULO 6	63
O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA ADMINISTRATIVA E A COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO PÚBLICA NO DIREITO DE ACESSO À INFORMAÇÃO	
Petter Ricardo de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.3242010036	
CAPÍTULO 7	76
DISCURSOS POLÍTICO-EDUCACIONAIS NO FACEBOOK E NO TWITTER DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ	
Karen dos Santos Correia Douglas Junio Fernandes Assumpção	

Analaura Corradi

DOI 10.22533/at.ed.3242010037

CAPÍTULO 8 89

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS: UMA ANÁLISE DAS *FANPAGES* DE UNIVERSIDADES FEDERAIS MINEIRAS

Pedro Augusto Farnese de Lima

Laura Chediak de Souza Trevisani

DOI 10.22533/at.ed.3242010038

CAPÍTULO 9 103

O CINEMA IRANIANO DE ABBAS KIAROSTAMI E JAFAR PANAHÍ: ESTRATÉGIAS DE UMA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Kaio César Monteiro Orsini

DOI 10.22533/at.ed.3242010039

INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS DE CONSUMO, MARCAS E PUBLICIDADE

CAPÍTULO 10 116

CLUBE DA ALICE: COMO O GRUPO NO *FACEBOOK* INFLUENCIOU O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE MULHERES CURITIBANAS

Bruna Marrocos Slongo

DOI 10.22533/at.ed.32420100310

CAPÍTULO 11 126

COMUNICAÇÃO PERSUASIVA E MERCADOLÓGICA: FOLKCOMUNICAÇÃO E FOLKMARKETING NO FESTIVAL DE PARINTINS – AM

Ana Paula Almeida Miranda

DOI 10.22533/at.ed.32420100311

CAPÍTULO 12 141

A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR COMO PROCESSO COMUNICATIVO, INTERACIONAL E INTERATIVO: CONSIDERAÇÕES NO CONTEXTO DA CIBERCULTURA

Solange de Fátima Wollenhaupt

Lúcia Helena Vandrúsculo Possari

DOI 10.22533/at.ed.32420100312

CAPÍTULO 13 152

PUBLICIDADE INFANTIL: PANORAMA DE PEÇAS APÓS A PROIBIÇÃO LEGAL

Juliane de Sousa Ramos

Jhonatan Oliveira Domingos

Tatiane Munhoz Freitas

Aguinaldo Pettinati

DOI 10.22533/at.ed.32420100313

A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NO BIOS VIRTUAL – ANÁLISES E CASOS

CAPÍTULO 14	155
MIDIATIZAÇÃO, (IN)COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS: UMA ANÁLISE DA CASA DO BRASIL DE LISBOA E DAS MULHERES IMIGRANTES BRASILEIRAS EM PORTUGAL	
Jéssica de Cássia Rossi Marcelo Pereira da Silva Raquel Cabral	
DOI 10.22533/at.ed.32420100314	
CAPÍTULO 15	169
O DEBATE ON-LINE SOBRE A ÉTICA NA CIÊNCIA NO CASO HE JIANKUI: OPORTUNIDADES, LIMITES E DESAFIOS DA POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA	
Renata de Lima Sousa Ivânia Maria Carneiro Vieira	
DOI 10.22533/at.ed.32420100315	
CAPÍTULO 16	184
FEMINISMO, ATIVISMO ONLINE E ORGANIZAÇÕES EM AMBIÊNCIA DIGITAL: USO DAS HASHTAGS #ASSÉDIOÉCRIME E #NÃOÉNÃO NO CARNAVAL 2018	
Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa Maria do Carmo Prazeres Silva	
DOI 10.22533/at.ed.32420100316	
CAPÍTULO 17	196
BOLSONARO: ANTAGONISMOS EM SEU PRÓPRIO GOVERNO	
Gabriel de Medeiros Vaz Rafael Rocha Jaime	
DOI 10.22533/at.ed.32420100317	
CAPÍTULO 18	207
FOTOGRAFIA DE FAMÍLIA ENQUANTO <i>HABITUS</i> DENTRO DO NOSSO AMPLO PRESENTE	
Emmanuel Alencar Furtado	
DOI 10.22533/at.ed.32420100318	
INFLUÊNCIA DE MÍDIAS EMERGENTES, CINEMA E NARRATOLOGIA	
CAPÍTULO 19	217
POR QUE MARATONAMOS? REFLEXÕES SOBRE <i>BINGE WATCHING</i> A PARTIR DA ABORDAGEM DO USO E GRATIFICAÇÕES	
Raquel Lobão Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.32420100319	
CAPÍTULO 20	230
CHANTAL AKERMAN E O CINEMA INTELECTUAL EISENSTEINIANO	
Izabele Caroline Leite Medeiros Laís Rodrigues Coelho Pêgas	
DOI 10.22533/at.ed.32420100320	

CAPÍTULO 21	241
NO BAIRRO E NO MUNDO, ATIVIDADE ARTÍSTICA JURUNENSE: DE GABY AMARANTOS À LEONA VINGATIVA	
Izabele Caroline Leite Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.32420100321	
CAPÍTULO 22	251
ESTRUTURAS NARRATIVAS E ENGAJAMENTO EM HUMANS OF NEW YORK	
Emilio José de Sant’Anna Neto	
DOI 10.22533/at.ed.32420100322	
CAPÍTULO 23	264
STREAMING E NARRATIVA COMPLEXA: UMA ANÁLISE DE <i>A MALDIÇÃO DA RESIDÊNCIA HILL</i>	
Alexandre Tadeu dos Santos Matheus Fonseca Bolentine	
DOI 10.22533/at.ed.32420100323	
CAPÍTULO 24	277
AS NOVAS MÍDIAS E A INTERATIVIDADE COGNITIVA: ALIKE	
Ana Elisa Pillon Luciane Maria Fadel Vania Ribas Ulbricht	
DOI 10.22533/at.ed.32420100324	
SOBRE O ORGANIZADOR	285
ÍNDICE REMISSIVO	286

MIDIATIZAÇÃO, (IN)COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS: UMA ANÁLISE DA CASA DO BRASIL DE LISBOA E DAS MULHERES IMIGRANTES BRASILEIRAS EM PORTUGAL

Data de aceite: 02/03/2020

Jéssica de Cássia Rossi

Doutora em Ciências Sociais na Universidade Estadual Paulista (UNESP). Docente dos cursos de comunicação do Centro Universitário Sagrado Coração e Faculdade Eduvale.

Marcelo Pereira da Silva

Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Docente do Mestrado Interdisciplinar em “Linguagens, Mídia e Arte” da PUC/Campinas.

Raquel Cabral

Pós-doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Docente do Mestrado e Doutorado em Comunicação da Unesp/Bauru

RESUMO: Analisamos como as Relações Públicas podem promover diálogos no contexto de (in) comunicação em que estamos inseridos, por meio de um estudo acerca do relacionamento entre a Casa do Brasil de Lisboa (CBL) e as mulheres imigrantes brasileiras. Fundamentamo-nos na perspectiva de Wolton (2006/2011) no que tange à (in) comunicação e a natureza da comunicação. Ponderamos o universo conceitual das Relações Públicas, seus principais valores democráticos e modelos de comunicação, problematizando o relacionamento da CBL com as mulheres

imigrantes brasileiras. Inferimos que: 1. Se a convivência pressupõe a tolerância, esta resulta da experiência com a alteridade, e 2. Se as Relações Públicas existem para/por um mundo mais justo, hoje, um de seus desafios é aprender a conviver sob a égide de forças políticas, culturais, ideológicas, sociais, idiossincráticas e comunicacionais em um contexto multicultural.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Relações públicas; *Casa do Brasil de Lisboa*; Mulheres imigrantes brasileiras em Portugal.

ABSTRACT: Contemporary Challenges in Public Relations: a glance on the (non) communication between the House of Brazil in Lisbon and Brazilian Immigrant Women in Portugal. This study aims to analyze how Public Relations can promote dialogues in the context of (non) communication in which we are inserted through a look about the relationship between the Casa do Brasil de Lisboa (CBL) and Brazilian immigrant women. Therefore, initially we have considered the prospect of Wolton (2006/2011) regarding the (non) communication nowadays and the nature of communication itself. We've made some considerations regarding the conceptual universe of public relations, its main democratic values and communication models that are carried out by such activity. Finally we analyze according to the theoretical assumptions that permeate this study, the relationship

between the CBL and Brazilian immigrant women pointing that: 1. If acquaintanceship presupposes the primacy of tolerance, this is the result of the experience with alterity. 2. If Public Relations are for a fairer world, today one of our biggest challenges is to learn how to live in peace under the aegis of political, cultural, ideological, social, idiosyncratic and communicational forces in a labile, fluid and multicultural context as the contemporary.

KEYWORDS: Communication, Public Relations, House of Brazil in Lisbon; Brazilian immigrant women in Portugal.

INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos não proporcionaram somente conquistas aos seres humanos, eles trouxeram também muitos prejuízos, principalmente quando se trata da comunicação. Cada vez mais, as tecnologias têm nos tornado individualistas e nos levado a nos relacionarmos presencialmente cada vez menos. Dessa forma, acreditamos que os relacionamentos humanos têm se tornado mais superficiais e simplistas. Diante disso, o presente trabalho tem por objetivo analisar como a atividade de Relações Públicas pode promover diálogos no contexto de *(in)comunicação* contemporânea no qual estamos inseridos por meio de um olhar acerca do relacionamento entre a *Casa do Brasil de Lisboa* (CBL) e as mulheres imigrantes brasileiras.

Para tanto, inicialmente, explicamos os aspectos negativos que as tecnologias têm proporcionado para os seres humanos e como, na visão de Wolton (2006/2011) podemos compreender esse contexto de *(in)comunicação* na hodiernidade, evidenciando o escopo classificatório da comunicação proposto pelo autor. Em seguida, expomos o que é a atividade de Relações Públicas, seus principais valores democráticos e os modelos de comunicação que são utilizados por ela. Cremos que quando a atividade é exercida em contextos autoritários, a mesma perde seus princípios democráticos já que usada somente para persuadir e enganar pessoas e públicos. Desse modo, a atividade de Relações Públicas apresenta-se como uma possibilidade de diálogo, se for aplicada em contextos abertos à construção de relacionamentos duradouros, de lealdade e confiança.

Isto posto, realizamos uma análise – ainda incipiente - do relacionamento entre a CBL e as mulheres imigrantes brasileiras. Nesse processo, discutimos os fatores contextuais que levaram à migração de muitas pessoas para Portugal, relatamos como é o relacionamento entre a sociedade portuguesa e as mulheres imigrantes brasileiras e que percepções os portugueses têm da mulher brasileira. Isso nos possibilitará conhecer como é a atuação da *Casa do Brasil de Lisboa* (CBL) junto a essas mulheres, e por outro lado, também nos permitirá realizar uma breve análise desse relacionamento. Por fim, apontamos algumas considerações sobre essas

questões e propomos como o profissional de Relações Públicas pode ajudar nessa interação de forma dialógica, solidária e de compreensão mútua.

(IN) COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA

Na atualidade, a presença maciça das tecnologias em nossas vidas vem sendo muito exaltada pelas pessoas. Acreditamos que nunca na história da humanidade o homem tenha tido tanto acesso à informação como vem ocorrendo na sociedade coeva. Para muitos, tal situação tem proporcionado uma série de oportunidades e avanços nas relações sociais. Do ponto de vista dos estudos da comunicação, vivemos uma nova forma de cultura em que as tecnologias estão muito próximas dos seres humanos. Esta nova cultura, denominada de *cibercultura*, seria a superação dos limites comunicacionais que estavam ligados aos meios de comunicação de massa. Nela, o emissor e o receptor da mensagem ocupariam, ao contrário das situações anteriores, papéis ativos e 'iguais' no processo comunicacional, haja vista a negociação de sentidos e ressignificação possíveis na recepção de mensagens.

Neste trabalho acreditamos que essa igualdade de papéis do emissor e do receptor até pode estar ocorrendo, mas com ressalvas e restrições, porque um maior acesso à informação não significa maior comunicação entre os seres humanos. A informação está disponível em todos os lugares, até mesmo “na palma das nossas mãos”, com os celulares e *tablets*, entretanto, ela não é uma condição para as interações comunicativas. Na verdade, a introdução das tecnologias em nossas vidas tem, cada vez mais, nos convertido em pessoas hiperindividualistas e levado a nos comunicarmos cada vez menos. Se antes conhecíamos quem eram nossos vizinhos, hoje sequer sabemos os seus nomes, pois interagimos pouco com os outros que estão ao nosso lado.

Sobre essa situação atual, Wolton (2006) nos aponta uma classificação interessante para compreendê-la. O autor nos diz que toda a situação de comunicação é composta por duas dimensões: a *normativa* e a *funcional*. Segundo ele:

[...] A dimensão normativa remete ao ideal da comunicação: informar, dialogar, compartilhar, compreender-se. A dimensão funcional, como seu nome indica, ilustra o fato de que, nas sociedades modernas, muitas informações são simplesmente necessárias para o funcionamento das relações humanas e sociais. (2006, p.15).

Essas dimensões da comunicação nos acompanham em nossas vidas. A primeira é a dimensão que nos permite realmente comunicarmos com os demais seres humanos e a segunda dimensão, é aquela em que temos acesso à informação, que nos ajuda em atividades funcionais do nosso cotidiano.

1 Termo proposto por Wolton (2006/2011) para explicar a situação de comunicação em que vivemos na atualidade e que usamos em nosso artigo para compreender o relacionamento entre a *Casa do Brasil de Lisboa* e as mulheres imigrantes brasileiras em Portugal.

A partir dessa classificação do autor, podemos dizer que na contemporaneidade estamos vivendo muito mais a dimensão *funcional* da comunicação. A dimensão *normativa* perdeu-se no tempo e não estamos conseguindo encontrá-la. Devemos compreender que informação não é sinônimo de comunicação. Na realidade,

[...] Informar é produzir e distribuir mensagens o mais livremente possível. A comunicação, em contrapartida, supõe um processo de apropriação. É uma relação entre o emissor, a mensagem e o receptor. Comunicar, portanto, não é apenas produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições em que o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela em função de seu horizonte cultural, político e filosófico. (WOLTON, 2006, p.16).

Dessa maneira, nos encontramos em uma “sociedade da informação”, mas não em uma “sociedade da comunicação”, como defendido por alguns teóricos da área, sobretudo aqueles mais deslumbrados com o potencial da tecnologia e das novas formas de interação inauguradas pelas redes sociais virtuais e suas novas sociabilidades.

A partir deste raciocínio, Wolton (2006) afirma que estamos vivendo os riscos da *(in)comunicação*, pois não há mais relação direta entre o crescimento do volume de informação e o crescimento da comunicação. Os diversos grupos sociais existentes não se relacionam mais entre si, estamos, cada vez mais, nos afastando uns dos outros. Por isso, como possibilitar a comunicação em um cenário como este e como as Relações Públicas podem atuar nesse contexto? Para responder a essas perguntas, abordamos o que é a atividade de Relações Públicas e lançamos alguns olhares sobre o relacionamento entre as organizações sociais e as mulheres imigrantes brasileiras em Portugal. Para tentar respondê-las ou construir novos cenários para essa problemática, estamos convencidos, na coxia de Wolton (2006, p.31), que a contemporaneidade “não impede a incomunicação, nem o fracasso, nem a solidão”.

RELAÇÕES PÚBLICAS: ASPECTOS CONCEITUAIS

Em sua essência, a atividade de Relações Públicas tem como princípio a busca pela igualdade, compreensão e respeito pelo outro. Características que a ligam à busca do diálogo entre os seres humanos. Sua origem e desenvolvimento estão ligados ao contexto da democracia, os quais ocorreram nos Estados Unidos no início do século XX, a fim de intermediar as relações entre os grandes empresários da época com a opinião pública. A atividade se desvia de seus valores fundamentais quando é exercida em contextos autoritários, como ocorreu durante o *Governo de Getúlio Vargas* e na *Ditadura Militar* no Brasil (PINHO, 2011). Nesses casos, a atividade estava diretamente ligada aos interesses do governo ditatorial, não sendo exercida para estimular o diálogo, a participação, a cidadania e o debate público.

Quando exercida dentro de sua deontologia e ancorada na sua essência, a atividade de Relações Públicas pode ser definida como:

[...] uma função da administração distinta, que ajuda a estabelecer e manter linhas mútuas de comunicação, entendimento, aceitação e cooperação entre a organização e os seus públicos; envolve a gestão de problemas ou temas importantes; ajuda a administração a manter-se informada sobre a opinião pública e pronta a responder perante ela; define e sublinha a responsabilidade da administração em servir o interesse do público; ajuda a administração a ficar a par da mudança e a usá-la, serve como um mecanismo de aviso prévio para antecipar modas; usa a pesquisa e uma comunicação racional, sã e ética como ferramentas principais. (CUTLIP et. al., 2005, p.4 – *tradução nossa*).

A partir dessa definição, percebemos que a função da atividade de Relações Públicas é gerenciar o relacionamento da organização com seus públicos por meio de ações e instrumentos que levem à compreensão, o respeito e à igualdade entre ambos. É uma atividade que trabalha diretamente com a opinião pública em busca da transparência nas atitudes das partes envolvidas.

A todo o momento o profissional de Relações Públicas precisa criar relacionamentos e estratégias de comunicação que possibilitem a interação entre os participantes da mensagem. Sem essa interação, a atividade de Relações Públicas perde o seu valor. O contato com o outro é um ponto sensível de cuidado; a interação entre dois sujeitos sociais distintos envolve a clareza de percepções entre as partes. As ações e os discursos não podem ser interpretados erroneamente. Disso podem surgir as crises entre a organização e os públicos e a necessidade de negociações de pontos em conflito e insatisfação. Desse modo, a comunicação é utilizada por meio da troca de informações para influenciar os envolvidos, o que pode fomentar um intercâmbio de propostas que atendam parcialmente os interesses divergentes. A influência pode ser unilateral ou bilateral, depende do contexto da situação. Neste ponto, a comunicação pode ter diferentes sentidos, pode servir para esclarecimentos, informações, imposições e/ou justificações.

Embora em sua essência a atividade de Relações Públicas seja democrática e busque o diálogo entre as partes, a mesma pode ser exercida de diferentes maneiras - como já comentamos anteriormente - em relação a contextos autoritários. Por haver essas diferentes possibilidades, Kunsch (1997) nos apresenta quatro modelos em que a atividade de Relações Públicas pode ser desenvolvida, a saber:

- *Imprensa/Propaganda*: visa a difusão de informações sobre a organização para chamar a atenção da mídia. O fluxo comunicacional é unidirecional (de mão única), não há troca de informações entre as partes. É o método mais antigo de todos, voltado apenas para interesses mercadológicos. Esse foi o modelo de comunicação utilizado durante o *Governo Vargas* e na *Ditadura Militar*;

- *Informação Pública*: a partir de critérios jornalísticos visa disseminar informações objetivas por meio das mídias. A comunicação também é unidirecional, difere-se da anterior por ter mais credibilidade;
- *Persuasão Científica*: utiliza a pesquisa e outros métodos de comunicação para desenvolver mensagens persuasivas e manipuladoras. É uma interação bidirecional (de mão dupla), mas as informações são usadas apenas para os interesses da organização, por isso, é assimétrica.;
- *Compreensão Mútua*: busca o equilíbrio de interesses entre o binômio organização - públicos. Por meio de pesquisas e da comunicação administra conflitos e melhora a compreensão entre atores envolvidos. Desta forma, promove uma comunicação bidirecional e simétrica, sendo a visão mais atual das Relações Públicas. É o modelo mais democrático de comunicação na atividade de Relações Públicas.

Percebemos que há um processo evolutivo para se desenvolver a atividade de Relações Públicas de forma democrática. Conforme se estabelece o equilíbrio na relação entre a organização e seus públicos, a negociação nos interesses dos diferentes públicos pode tornar algo comum. Desse modo, é possível se buscar a cooperação entre um e outro, compreendendo, na esteira de Wolton (2006,p.31) que, “ser eu mesmo e livre, não garante necessariamente encontrar o outro”, o que se aplica aos contextos organizacionais, nos quais as empresas estão muito mais focadas na busca de suas metas mercadológicas que no encontro de seus vários “outros”, que são os públicos de interesse, os deveriam constituiriam o espectro de sua comunicação de modo dialógico.

Entretanto, a cooperação entre dois grupos sociais distintos não é algo simples de se obter. A compreensão pressupõe a interpretação de significados para cada uma das partes. Por isso, o profissional de Relações Públicas deve - ou pelo menos deveria - conhecer os valores dos grupos envolvidos; ele precisa pesquisar o modo de ser de cada um, ou seja, sua dimensão cultural, política, linguística e idiossincrática. Ao entender o sentido que as coisas têm para cada um, fica mais fácil compreender aquilo que o outro quer. Desta feita, a organização e seus públicos podem dialogar acerca de seus interesses específicos para promover a negociação e a cooperação entre ambos. O profissional faz a mediação desse contato ao conhecer, dialogar e negociar com o outro, promovendo a comunicação, na visão de Wolton (2006) na dimensão normativa.

[...] livre, mas sozinho, numa sociedade em que os laços familiares, corporativistas, socioculturais são muito menos fortes do que outrora. O risco da solidão é o preço a pagar por essa liberdade de ser e de conexão. (2006, p.31).

Frente ao contexto de *(in) comunicação* proposto por Wolton (2006) e a

capacidade do profissional de Relações Públicas de promover a comunicação de forma democrática, via modelo de *compreensão mútua*, analisamos o tipo de relacionamento construído entre a *Casa do Brasil de Lisboa* e as mulheres imigrantes brasileiras em Portugal. Verificamos qual das dimensões da comunicação propostas por Wolton (2006) existe neste relacionamento e como o profissional de Relações Públicas poderia atuar neste contexto.

A INCOMUNICAÇÃO E OS DESAFIOS PARA AS RELAÇÕES PÚBLICAS CONTEMPORÂNEAS: UM OLHAR ACERCA DA CASA DO BRASIL DE LISBOA E AS MULHERES IMIGRANTES BRASILEIRAS EM PORTUGAL

Ao longo de sua história, o território lusitano sempre foi um país que enviava emigrantes para suas colônias na América do Sul e na África, sendo que, dificilmente recebia imigrantes. Todavia, a partir da década de 1970, com o processo de descolonização africana, isso se inverteu, pois o país passou a receber muitos portugueses que residiam em suas colônias na África. De acordo com Ferreira (2000:364), entre 1974 e 1976, o país recebeu cerca de 505.000 retornados dessas colônias. Tal situação causou um forte impacto na realidade socioeconômica do país. Já na década de 1980, segundo Cunha (2005:541) houve um aumento de imigrantes provenientes dos *Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa* (PALOP). Ademais, cabe ressaltar que, após a *Revolução dos Cravos*², nos anos 1970, aumentou o número de imigrantes em Portugal devido ao processo de industrialização e à entrada do país na *Associação Europeia de Livre Comércio*³.

A intensificação dos fluxos migratórios é uma característica da sociedade global. De acordo com Castells (2000), vivemos em um conjunto social interligado por novas tecnologias, na qual as pessoas procuram as melhores oportunidades de vida e trabalho. Ao mesmo tempo em que o fluxo de capital se globaliza, a mão de obra também segue a mesma dinâmica. Por isso, Portugal tem se tornado o destino preferido de muitos imigrantes brasileiros, ainda mais após a nação ter ingressado na *Comunidade Econômica Europeia* (CEE) que lhe conferiu um *status* econômico e social de país desenvolvido. Nesse fluxo, a partir da década de 1990, muitos brasileiros passaram a imigrar para Portugal em busca de novas oportunidades de vida. Trata-se de um momento histórico em que o Brasil passava por diversas dificuldades econômicas e sociais como os altos índices inflacionários e nível acentuado de pobreza da população.

De qualquer modo, é um fenômeno que se inseria, na visão de Patarra (2005, p.3) “[...] na reestruturação produtiva em nível internacional” proporcionada

2 A *Revolução dos Cravos* foi um movimento político que derrubou a ditadura de Salazar (1932-1974) a fim de garantir a democracia em Portugal em 1974.

3 Trata-se, segundo Normande (2009:1), “[...] de um acordo comercial entre Portugal, Reino Unido, Áustria, Dinamarca, Noruega, Suécia e Suíça que não faziam parte da Comunidade Econômica Europeia (CEE)”.

pela Globalização. Inicialmente, conforme Cunha (2005), a imigração brasileira para Portugal foi de indivíduos de *status* econômico elevado, em torno de 20.000 brasileiros. Já em um segundo momento, foi de imigrantes de perfil diversificado, em torno de 100.000 brasileiros.

Nos anos 2000, a situação financeira de Portugal mudou drasticamente. Os avanços econômicos da década de 1990 ficaram para trás, o país passou a ter dificuldades econômicas no início do século XXI que foram intensificadas pela crise financeira mundial de 2008/2009. Nesse cenário, a imigração brasileira tem sido mal vista pelos portugueses porque eles acreditam que a presença desse grupo pode aumentar a concorrência por empregos no país. Dessa forma, há uma discriminação dos imigrantes brasileiros, muitas vezes, por meio de representações comuns sobre o Brasil como o jogador de futebol (que representa a malandragem) e a prostituta (que representa o sexo).

Segundo o *Serviço de Estrangeiros e Fronteiras* (SEF) de Portugal (apud LUSA, 2009:1), existem cerca de 107.000 brasileiros vivendo em Portugal na atualidade. Entre esses imigrantes, quase metade são mulheres, de 18 a 40 anos, provenientes da região Sul e Sudeste do Brasil, com grau de escolaridade médio (CUNHA, 2005). São mulheres que exercem ocupações sociais desqualificadas e aquém de sua formação educacional. Vivem em condições temporárias, precárias e ilegais. Entre elas, há também, segundo Rossi (2011, p.104), “[...] mulheres imigrantes brasileiras em Portugal [que], por opção ou não, tornam-se prostitutas”.

Frente a isso, há outros motivos que estigmatizam e prejudicam a presença da mulher imigrante brasileira e a construção de sua identidade entre os portugueses. Ainda de acordo com a mesma autora (2011), pelo histórico de relacionamento em comum entre Brasil e Portugal nos últimos séculos, temos a construção de modos específicos de relacionamentos entre os dois países e de algumas representações, os quais são captados pela mídia e transformados em diversos produtos midiáticos. Entre eles verificamos: as diversas novelas brasileiras que são exibidas em Portugal desde a década de 1970; a publicidade e a propaganda que são promovidas pela *Empresa Brasileira de Turismo* (EMBRATUR) em Portugal para incentivar o turismo no Brasil; as matérias de jornais, revistas e televisão na mídia portuguesa e internacional, etc. São conteúdos que *tropicalizam* o Brasil em torno de elementos como o “à-vontade” e o “calor humano”, enfoques que não abrem espaços para outras abordagens sobre a mulher imigrante brasileira.

Os *frames* levados a cabo pela mídia criam, muitas vezes, percepções negativas sobre a mulher brasileira entre os portugueses. Um exemplo dessa situação foi quando ocorreu o episódio *Mães de Bragança*, em 2003, em que algumas mães e esposas acusaram algumas prostitutas brasileiras de “destruírem seus lares”. De acordo com o movimento, seus maridos frequentavam casas de prostituição na cidade de

Bragança, em que a maioria das prostitutas eram de nacionalidade brasileira. Por isso, as *Mães de Bragança* pediram que as autoridades locais expulsassem as prostitutas brasileiras ilegais do país. O acontecimento ganhou bastante repercussão na mídia portuguesa e internacional, o qual intensificou a associação da mulher brasileira com a prostituição⁴. Desse modo, como consequência, criou-se uma percepção negativa não somente das prostitutas brasileiras, mas de forma generalizada da mulher imigrante brasileira em Portugal. A nacionalidade tornou-se um fator discriminatório da mulher imigrante brasileira em Portugal, independente do que ela esteja fazendo no país.

Acreditamos que essa situação aconteça porque os portugueses não conhecem muito bem o modo de ser/estar/agir da mulher brasileira. Segundo Cunha (2005), existem poucos estudos sobre as comunidades de imigrantes brasileiros em Portugal. Isso ocorre também com a imprensa portuguesa, que de acordo com Sousa (2002, p.43), “[...] desconhece as várias facetas da imigração [brasileira] em Portugal”. Nesse contexto, Agustín (2005) aponta que existem muitas organizações e movimentos sociais que dão assistência a imigrantes brasileiros de forma inadequada, pois não conseguem atender às necessidades desse grupo. Faltam estudos que identifiquem os principais problemas e dificuldades desses imigrantes brasileiros em Portugal.

Entre as organizações e movimentos sociais que dão assistência a imigrantes brasileiros em Portugal, está a *Casa do Brasil de Lisboa* (CBL), que é uma associação civil sem fins lucrativos, fundada por imigrantes brasileiros em Portugal e por portugueses amigos do Brasil em 1992. Ela defende, segundo Vianna (2012, p.1) “[...] os interesses de todos os imigrantes em Portugal, em especial os brasileiros e os de origem lusófona, dentro de uma ótica de integração e de luta pela igualdade de direitos e responsabilidade cidadã”. Sua atuação se direciona, principalmente, ao debate e à reflexão de temas ligados à política de imigração em Portugal e contra o racismo e a xenofobia. O presidente da associação, Vianna (2012) acredita que a CBL seja um espaço de promoção da diversidade e da cultura brasileira em Portugal. Por isso, a organização promove:

- *Atendimento e orientação*: informações a respeito das leis de imigração e assuntos correlatos;
- *Centro de Apoio Jurídico* (CAJ): orientações aos associados de natureza jurídica e social;
- *Gabinete de Inserção Profissional* (GIP): apoio aos imigrantes brasileiros para se inserirem e se manterem no mercado de trabalho;

4 Conforme Cunha (2005) e Jota (2008) existe em Portugal uma associação comum da mulher brasileira à prostituição. Há diversos motivos como a colonização portuguesa no Brasil e o carnaval brasileiro que levaram à construção dessa percepção. De qualquer modo, era uma percepção comum antes do movimento *Mães de Bragança* e que foi intensificada pela repercussão midiática do episódio. (ROSSI, 2011).

- *Centro de Documentação (CEDOC)*: trata-se de um acervo de livros, dossiês temáticos e coleção de revistas e jornais do Brasil para divulgar a cultura brasileira;
- *Cbnet*: disponibiliza uma rede de computadores conectados à internet aos seus associados;
- *Jornal Sabià*: é uma publicação voltada aos imigrantes brasileiros em Portugal;
- *Gabinete de Psicologia*: oferece assistência psicológica aos brasileiros a fim de ajudá-los a se adaptarem à situação que estão vivendo;
- *Aulas de Dança*: cursos de danças típicas como forró, salsa de gafeira, samba no pé, etc.



Figura 1: Identidade Visual Casa do Brasil de Lisboa – Fonte: (DO IT BETTER, 2012, p.1).

Para atender aos seus associados (entre os quais está a mulher imigrante brasileira), a CBL disponibiliza os seguintes canais: atendimento pessoal, telefone, e-mail e um site na internet com informações gerais sobre suas atividades e uma página na rede social *Facebook* com muitas fotos, principalmente dos cursos de dança e atrações culturais que a entidade promove⁵. Disponibiliza também uma versão on-line, mensalmente, da sua programação cultural aos seus associados. Além disso, a CBL atua em parceria com diversas organizações e redes internacionais que defendem os direitos dos imigrantes. Entre as suas articulações e negociações, a instituição conseguiu, em 2003, a aprovação do “Acordo Lula” junto ao governo português que autorizou a legalização de cerca de 20.000 imigrantes brasileiros em Portugal.

Embora pareça ocorrer uma atuação intensa dessa organização, suas atividades, estão voltadas somente para a aceitação da mulher imigrante brasileira em Portugal, apoio jurídico e atividades recreativas. As ações se restringem a uma

⁵ Em uma análise geral de conteúdo, percebemos que há poucos comentários dos seus seguidores acerca das informações e notícias disponibilizadas pela CBL no *Facebook*. Parece não ocorrer uma interação neste espaço, apenas a divulgação de informações pela CBL.

noção estereotipada da imagem da comunidade de imigrantes brasileiros, e mais especificamente da mulher imigrante brasileira em Portugal.

As necessidades e interesses desse grupo são muito maiores; não há ações voltadas para os interesses específicos desse grupo como a desconstrução de estereótipos em relação à imagem da mulher brasileira (CUNHA, 2005; ROSSI, 2011), ajuda a imigrantes brasileiros que querem voltar para o Brasil devido à grave crise econômica que assola a sociedade portuguesa nos últimos anos (SOARES, 2012), etc. Como nos dizem Cunha (2005), Sousa (2002) e Augustín (2005), há um desconhecimento geral em relação às necessidades da comunidade de imigrantes brasileiros em Portugal.

A relação entre CBL e as mulheres imigrantes brasileiras no território lusitano, percebemos que há somente um relacionamento comunicativo, segundo a classificação de Wolton (2006), o *funcional*, de troca de informações básicas, em um nível mais superficial entre os envolvidos na dinâmica. A dimensão *normativa* da comunicação não está presente porque não há diálogo, compreensão e interação entre a CBL e as mulheres imigrantes brasileiras, haja vista que a primeira não escuta o que a segunda tem a dizer. Acreditamos que haja uma *(in)comunicação* nessa relação, eivada de ausência de compreensão e sensibilidade, da falta de um olhar apurado para a “alteridade de interesse”, o que, na esteira de Wolton instaura um dos maiores desafios do século XXI, “organizar a convivência entre pontos de vista contraditórios num mundo onde cada um vê tudo e quer conservar sua identidade e sua liberdade de expressão”(2011,p.87).

Diante deste cenário, pensamos que a CBL poderia promover a dimensão *normativa* da comunicação neste relacionamento, se houvesse o olhar e a sensibilidade da atividade de Relações Públicas, ancorados no modelo comunicacional de *compreensão mútua*, buscando conhecer, por meio de pesquisas de opinião pública, as necessidades deste público de relacionamento da CBL. O levantamento dessas informações possibilitaria à entidade, propor ações voltadas para esse grupo, condizentes com suas necessidades, identidade e interesses. Por essa via, seria possível se exercer a negociação entre ambos na busca pela compreensão, respeito e lealdade.

Um desafio contemporâneo, cada vez mais difícil de conseguir-se, o qual a essência democrática da atividade de Relações Públicas tem condições de desenvolver, está na gestão e ampliação de uma comunicação que esteja intrinsecamente ligada à negociação, já que pode gerar a convivência, reconhecendo a importância dos públicos por trás dos sistemas tecnológicos, que apresentam um progresso ambíguo, que, conforme Wolton (2011) acelera a produção, a transmissão, a interatividade e a circulação de mensagens, mas, todavia, mascara a realidade da *(in)comunicação*.

À GUIA DE ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

As tecnologias não trouxeram somente benefícios para os seres humanos no contexto contemporâneo, mas também, desafios que exigem uma reformulação de nossas práticas comunicacionais. Essa retomada, como nos sugere Wolton (2006), está relacionada à dimensão *normativa* da comunicação, a qual se refere às interações e à compreensão entre os seres humanos. Na sociedade hodierna, nosso principal problema na relação organização-públicos é a *(in) comunicação*, a falta de relacionamento interpessoal em sua forma mais comum e abrangente, como o *face-to-face*. Buscamos tanto a complexidade que não conseguimos mais fazer coisas simples como interagir com o outro, pois, amiúde, precisamos de computadores e celulares para intermediar nossas relações.

Diante desse contexto, apresentamos a atividade de Relações Públicas como uma possibilidade – não uma panaceia - para tentar resgatar esse princípio de normatividade, o contato humano. Por ela, pensamos que é possível promover o diálogo, a compreensão e o respeito entre os seres humanos, minimizando o impacto da *(in) comunicação* no caldo tecnológico e cultural atual. Por isso, indicamos o que é a atividade de Relações Públicas, sua essência democrática e seus modelos comunicacionais, pois pensamos que por meio do modelo de comunicação da compreensão mútua é possível se estabelecer formas de interações dialógicas entre sujeitos ou grupos sociais. Para mostrar a aplicação dessas reflexões, fizemos uma análise do relacionamento entre a CBL e as mulheres imigrantes brasileiras em Portugal.

Em nossa análise, mostramos os fatores contextuais que levaram à migração de muitas pessoas para Portugal, entre os quais estão as mulheres brasileiras. Além disso, relatamos como é o relacionamento entre a sociedade portuguesa e essa comunidade de imigrantes e que percepções os portugueses têm da mulher brasileira.

Há um desconhecimento geral dessa comunidade de imigrantes no país, por isso, organizações sociais como a CBL, que tentam dar apoio a esse grupo desenvolvem ações limitadas e ainda investidas de estereótipos e simplismos. No caso da CBL, faltam informações das principais necessidades e interesses das mulheres imigrantes brasileiras em Portugal. Por isso, acreditamos que o tipo de comunicação que existe no relacionamento entre ambos é apenas *funcional*. Não há uma interação entre eles que possibilite o diálogo, a convivência e a compreensão. Dessa forma, sugerimos que o profissional de Relações Públicas poderia construir o elo desse relacionamento, ao conhecer melhor as necessidades e peculiaridades dessas mulheres, por meio de pesquisas de opinião pública, a fim de estabelecer a compreensão, o respeito e o diálogo.

Tais princípios originários e norteadores da atividade de Relações Públicas a condicionam e possibilitam que ela seja uma alternativa para os desafios contemporâneos que emergem no contexto de *(in) comunicação* que estamos vivenciando.

Se a convivência pressupõe o primado da tolerância que resulta na experiência com a alteridade, e as Relações Públicas existem para/por um mundo mais justo, pensamos que além do que fora exposto nesse artigo, enfrentamos, hoje, o desafio dos desafios: aprender a conviver em paz. Isso é algo que exige a interferência de forças políticas, culturais, ideológicas, sociais e, sobretudo, comunicacionais, aqui, no seio de umas Relações Públicas dialógicas, focadas na alteridade, fator *sine qua non* para que toda comunicação organizacional possa erigir sua identidade, sobretudo em contextos tão lábeis, líquidos e multiculturais como o da contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

- AGUSTÍN, L. M. (2005) “La Industria del sexo, los migrantes y la familia europea”. *Cadernos Pagu*. jul-dez 2005, p.107-128.
- CASTELLS, M. (1999) “A Sociedade em Rede – A era da informática: economia, sociedade e cultura”. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- CUNHA, I. F. (2005). “A mulher brasileira na televisão portuguesa”. *Actas III. Congresso da Associação Portuguesa de Comunicação*. BOCC. . Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/cunha-isabel-a-mulher-brasileira-na-televisao-portuguesa.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2012.
- CUTLIP, Scott; CENTER, Allen; BROOM, Glen. (2005). “Effective Public Relations”. 9 ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- DO IT BETTER – Centro de Formação Profissional. (2012). “Formação em Lisboa”.. Disponível em: http://www.doitbetter.pt/formacao_lisboa. Acesso em: 15 jul. 2013.
- HALL, Stuart. (1999). “A identidade cultural na pós-modernidade”. 3 ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- FERREIRA, J. M. (2000). “Após o 25 de abril”. In: TENGARRINHA, Jose (Org). *História de Portugal*. Bauru: Edusc. São Paulo: Unesp. Portugal: Instituto Camões. 2000.
- KUSNCH, M. M. K. (1997). “Relações Públicas e Modernidade – novos paradigmas na comunicação organizacional”. 3 ed. São Paulo: Summus.
- LUSA. (2009). “Fátima: Maior problema da comunidade imigrante brasileira é a imagem que lhe está associada - Obra Católica de Migrações”. *Jornal Expresso. Actualidade*. . Disponível em: <http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/530303>. Acesso em: 15 maio 2010.
- NORMANDE, Naara Lima. (2009). “Uma investigação no discurso da revista Time”. *Observatório da Imprensa*.. Ed. 526. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/uma_investigacao_no_discurso_da_revista_time. Acesso em: 20 fev. 2012.
- PATARRA, Neide Lopes. (2005). “Migrações internacionais de e para o Brasil contemporâneo: volumes, fluxos, significados e políticas”. *São Paulo em perspectiva*. São Paulo. v. 19, n. 3. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392005000300002&script=sci_arttext. Acesso em: 30 jan. 2012.

PINHO, Julio Afonso. (2011). "O contexto histórico das Relações Públicas". Historia Licenciatura. Disponível em: <http://hid0141.blogspot.com.br/2011/05/o-contexto-historico-das-relacoes.html>. Acesso em: 26 abr. 2012.

PONTE, João Pedro. (2006). "Estudos de caso em educação matemática". Bolema. Nº 25 p.105-132.

ROSSI, Jéssica de Cássia. (2011). "As representações da mulher brasileira na mídia portuguesa: jornal *Expresso*". 255 f. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho" (Unesp-Bauru).

SOARES, Felipa. (2012). "Brasileiros dizem que não dá mais para ficar em Portugal". Swissinfo.ch. Disponível em: http://www.swissinfo.ch/por/sociedade/Brasileiros_dizem_que_ao_da_mais_para_ficar_em_Portugal.html?cid=32830002. Acesso em: 16 maio 2013.

VIANNA, Carlos. (2012). "Quem somos". Casa do Brasil em Lisboa. Disponível em: <http://www.casadobrasil.info/index.php/quem-somos/5-quem-somos>. Acesso em: 20 fev. 2012.

WOLTON, Dominique. (2006). "É preciso salvar a comunicação". São Paulo: Paulus.

WOLTON, Dominique. (2011). "Informar não é comunicar". Porto Alegre: Sulina.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Abbas kiarostami 103, 104, 105, 107, 109, 110, 112, 113, 114, 115
Alike 277, 279, 280, 281, 282, 283
Análise de conteúdo híbrida 89, 90
Análise do discurso 76, 79, 82
Assédio 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 258, 259
Assistência social 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62
Ativismo online 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 195

B

Binge watching 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228

C

Chantal akerman 230, 231, 233, 234, 236, 237, 238, 239, 240
Cibercultura 4, 87, 101, 139, 141, 142, 143, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 157, 182, 183, 267, 276, 285
Cinema intelectual 230, 231, 232, 235, 239
Cinema iraniano 103, 104, 109, 111, 114
Close reading 277, 280, 284
Clube da alice 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124
Compras online 116, 121
Comunicação 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 23, 27, 30, 31, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 65, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 103, 113, 116, 119, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 141, 143, 144, 147, 148, 149, 150, 151, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 165, 166, 167, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 179, 181, 182, 184, 185, 187, 188, 194, 195, 196, 197, 202, 213, 215, 216, 222, 223, 229, 241, 248, 249, 253, 261, 262, 264, 266, 274, 278, 279, 283, 285
Comunicação mercadológica 92, 126, 127, 135, 137
Comunicação organizacional 89, 90, 91, 101, 103, 136, 137, 167, 184, 195
Comunicação política 61, 103
Conar 152, 153, 154
Conhecimento 18, 19, 23, 25, 31, 38, 41, 45, 55, 72, 76, 79, 80, 89, 90, 91, 93, 97, 100, 127, 142, 143, 144, 147, 150, 171, 172, 173, 174, 176, 182, 188, 198, 208, 210, 222, 255, 261, 275, 277, 285
Consumidor 2, 7, 30, 127, 128, 141, 143, 144, 146, 149, 150, 151, 154, 195, 221, 265, 266, 267, 275, 285
Consumo 5, 7, 48, 58, 70, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 126, 127, 130, 135, 139, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 149, 150, 151, 152, 153, 201, 212, 215, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 245, 251, 257, 261, 264, 267, 268, 271, 275, 285
Convergência 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 40, 42, 47, 48, 49, 50, 195, 264, 265, 266, 267, 272, 275, 276

Cortes na educação 76, 79, 82, 83, 84, 85
Cultura popular 126, 127, 128, 129, 130, 134, 135, 138, 241, 245, 275
Curitiba 75, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 151, 195, 207

D

Democracia 52, 53, 57, 60, 61, 65, 69, 77, 78, 144, 158, 161, 186, 205
Dogmatismo 14
Dogmatização na linguagem 14, 15, 25

E

Engenharia genética 169, 170, 179
Ética 33, 55, 65, 152, 153, 159, 169, 178, 179, 181, 182, 203

F

Facebook 6, 56, 72, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 93, 94, 98, 101, 116, 117, 119, 120, 121, 124, 149, 150, 164, 251, 252, 254, 262, 263
Ficção seriada 217, 218, 264, 265, 266, 267, 268, 271
Folkcomunicação 126, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 137, 139
Folkmarketing 126, 128, 130, 131, 135, 136, 137, 139
Forma e conteúdo 30, 230, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 239, 242
Fotografia 30, 198, 204, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 278
Fotografia de família 207, 208, 209, 210, 213, 215

G

Gaby amarantos 241, 242, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250
Gaúchazh 1, 5, 6, 8, 9, 12

H

Habitus 135, 207, 209, 210, 213, 214, 215
Hashtag 184
He jiankui 169, 170, 177, 178
Humans of New York 251, 252, 253, 254, 256, 257, 261, 262

I

Identidades 44, 86, 144, 180, 187, 207, 213, 248, 249, 250
Imaginário 3, 30, 32, 38, 91, 196, 199, 201, 212, 216, 242, 278
Interatividade 3, 46, 141, 142, 143, 146, 147, 148, 149, 150, 165, 172, 177, 178, 183, 277, 279, 280, 281, 282, 283

J

Jornalismo 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 50, 51, 133, 134, 196, 206, 251, 252, 253, 255, 256, 262, 285
Jurunas 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250

L

Lei de acesso à informação 63, 64, 65, 68, 69, 70

M

Manifestação artística cultural 103

Maratona 217, 221, 224, 228

Mídia 4, 5, 12, 14, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 44, 45, 46, 47, 50, 57, 60, 77, 82, 86, 88, 101, 118, 132, 135, 141, 143, 147, 150, 155, 159, 162, 163, 168, 189, 195, 205, 218, 221, 222, 239, 241, 246, 248, 250, 264, 266, 267, 277, 278, 279, 283, 285

Mitologia 196, 203

N

Narrativa 16, 18, 35, 109, 148, 212, 217, 226, 234, 246, 251, 254, 255, 256, 258, 260, 261, 262, 264, 265, 269, 270, 271, 272, 274, 275, 276, 277, 279, 281, 283

P

Parintins 126, 127, 128, 129, 131, 132, 137, 138

Pesquisa exploratória 217, 228

Popularização da ciência 169, 170, 173, 174, 175, 176, 181, 182

Pós-verdade 196, 197, 198, 206

Produção de conteúdo 3, 7, 8, 40, 41, 45, 47, 48, 49, 50, 89, 101, 267

Publicidade infantil 152

R

Rádio 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 72, 96, 171, 266

Redações convergentes 40, 41, 51

Regionalização 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51

Residência hill 264, 265, 268, 269, 270, 271, 275, 276

S

Serguei eisenstein 230, 239

Sites de redes sociais 76, 79, 87

Streaming 217, 220, 222, 223, 229, 264, 265, 266, 267, 268, 271, 275

T

Tecnologia 6, 45, 65, 67, 70, 74, 88, 98, 124, 126, 127, 142, 143, 151, 158, 171, 172, 174, 176, 178, 180, 182, 183, 210, 212, 239, 241, 242, 244, 248, 266, 268, 278, 279

Transparência 57, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 159, 170

Twitter 72, 76, 78, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 116, 150, 184, 185, 186, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 204, 254

U

Universidades federais mineiras 89

Uso e gratificações 217, 218

V

Violência 27, 28, 29, 31, 34, 35, 36, 37, 38, 44, 95, 181, 187, 192, 200, 254, 258

Visibilidade 31, 38, 60, 89, 90, 91, 93, 97, 100, 101, 109, 184, 185, 188, 195

 **Atena**
Editora

2 0 2 0