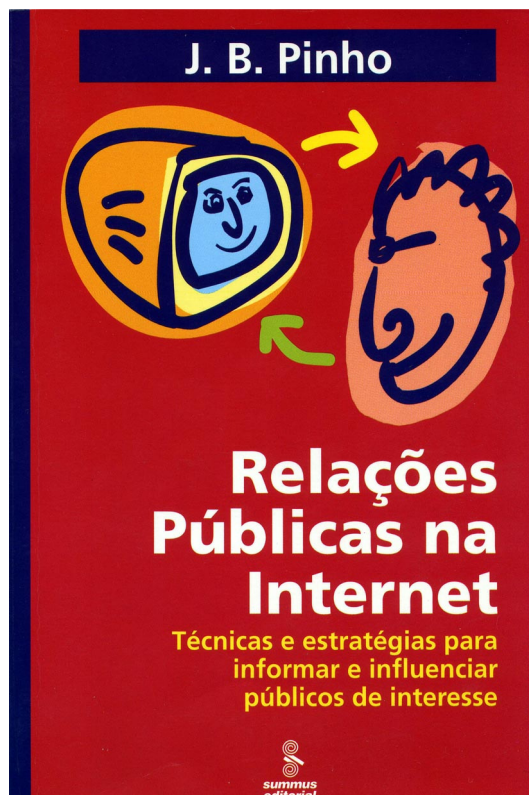


# Internet para relações públicas e vice-versa\*

PEDRO LUIZ DE OLIVEIRA COSTA BISNETO\*\*

J. B. PINHO É UM AUTOR DE DIVERSAS OBRAS LIGADAS À INTERNET e comunicação, principalmente na área de publicidade e relações públicas. Dentre várias, vale destacar os títulos *Jornalismo na Internet*, *O poder das marcas* e *Publicidade e vendas na Internet*. Em *Relações públicas na Internet*, Pinho busca mostrar de maneira simples e objetiva todos os recursos da grande rede que podem e devem ser utilizados pelos profissionais das relações públicas para um melhor desempenho de suas funções, ou seja, um melhor *feedback* do profissional dessa área com os seus públicos-alvos, internos ou externos à empresa onde trabalha ou faz algum tipo de consultoria.

O livro é dividido em três partes: na primeira, introdutória, o autor nos traz um aparato geral da profissão e do profissional de relações públicas e também faz uma introdução geral sobre a Internet e seu ferramental.



Trata-se de uma parte interessante como referência e consulta a alguns fatos ligados à história das relações públicas à chegada da Internet no Brasil.

Em seguida, Pinho começa uma série de narrativas a respeito da grande rede e de seus mais variados recursos, introduzindo e explicando diversos conceitos, dos mais simples aos mais avançados, tais como correio eletrônico, FTP, *Chat* e *Telnet*, entre outros. De maneira objetiva, o texto busca desmistificar alguns recursos que são pouco utilizados pelos profissionais de RP e que podem auxiliá-los no desempenho de suas funções, multiplicando e agregando novas formas e canais de comunicação ao profissional para que ele possa ser mais produtivo e eficiente.

Neste passeio pelos recursos da grande rede, vale destacar algumas informações importantes, como, por exemplo, a definição dos profissionais e tecnologias disponíveis na *web* e nas redes corporativas das empresas, os recursos de Intranet e Extranet (além da própria Internet) e o valor que essas pessoas/tecnologias podem agregar ao profissional que queira ir além do simples *e-mail* para se comunicar com seus públicos-alvos a partir da grande rede.

\* Resenha do livro *Relações públicas na Internet*, de J.B. Pinho (São Paulo: Summus, 2004. 215p.).

\*\* Professor das habilitações em Rádio, TV e Vídeo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Produção Editorial do UNIFIAM-FAAM. E-mail: pbisneto@uol.com.br

Já a terceira parte do livro é voltada mais diretamente ao profissional de relações públicas, onde Pinho nos conta como desenvolver relações – via *web* – com os diversos públicos das empresas: mídia, imprensa, consumidores, funcionários, investidores, comunidades, governo, legisladores; discute ainda sobre como a empresa pode usar a Internet em situações de crise. Nesta parte, o autor nos traz diversos casos que demonstram de forma prática como se dá o uso da *web* para a comunicação e para as várias situações citadas acima, o que, além de interessante, serve de referência para qualquer profissional de RP e de comunicação de um modo geral.

Para finalizar, o livro ainda conta com um glossário bastante abrangente de termos da Internet e da computação, onde se explica os significados de cada um, situação útil para consulta e referência profissional sobre Internet e computadores de um modo geral.

Além da vivência própria do autor, seu conhecimento sobre a *web* e sua formação em comunicação, Pinho nos traz uma série de referências, citações e exemplos que demonstram a importância da Internet como ferramenta para qualquer profissional da área da comunicação. Com este livro, fica claro que é também essencial aos profissionais de relações públicas.

O livro é de fácil e rápida leitura, com uma linguagem coloquial para permitir o acesso do público mais leigo no assunto, mas o conjunto total de suas informações nos traz um conteúdo que vai muito além do que está escrito, pois ele abre as portas da grande rede e esta, como o próprio autor nos coloca, não tem fronteiras e nem limites.