RELAÇÕES PÚBLICAS – PROCESSO HISTÓRICO E COMPLEXIDADE*

Rudimar Baldissera**
Marlene Branca Sólio***

Resumo: Nesse artigo, o processo histórico das Relações Públicas é estudado em suas tensões com os diversos contextos político-econômico-socioculturais (a partir de 1875), com as diferentes concepções de administração, bem como com as preocupações dos estudos em comunicação. Propõe, também, um olhar mais complexo sobre a atividade de Relações Públicas, para que possa dar conta da atual constituição sociocultural que exige indivíduos e organizações comprometidos com o todo ecossociocultural.

Palavras-chave: Relações Públicas; comunicação; administração; contexto histórico; complexidade.

Abstract: In this article, the historical process of the Public Relations is studied in its tensions with the various politician-economic-sociocultural contexts (from 1875), with the different conceptions of administration, as well as with the worries os communication studies.It

* Este artigo integra a pesquisa "Balanço Social: transparência ou *marketing* social?", desenvolvida na Universidade de Caxias do Sul (UCS).

** Doutor em Comunicação pela PUCRS; Mestre em Comunicação Social pela Unisinos; Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Unisinos; Relações Públicas pela UCS. Docente nos cursos de Comunicação da UCS e nos de Comunicação e de Turismo na Feevale. *E-mail:* rudimarbaldisserra@bol.com.br

*** Mestre em Comunicação pela Unisinos; Especialista em História Contemporânea pela Unisinos e em Produção de Imagens com Novos Meios Tecnológicos pela UCS; Jornalista pela Unisinos. Docente no curso de Comunicação da UCS. Pesquisadora no Departamento de Comunicação da UCS. *E-mail:* brancasolio@terra.com.br

considers, also, a more complex look about the activity of Public Relations so that it can give account of actual current sociocultural constitution that require individuals and organizations compromised to the ecossociocultural text.

Key words: Public Relations; communication; administration; historical context; complexity.

Pensar as Relações Públicas historicamente pode levar a diversos caminhos. Dentre eles, um é o da revisão cronológica, apontando marcos considerados essenciais, mas desconsiderando qualquer perspectiva de análise crítica. Outro pode analisar as Relações Públicas articulando-as ao contexto organizacional, tendo como viés as Teorias da Administração. Uma terceira opção, perspectiva deste trabalho, é a reflexão sobre a idéia e as práticas de Relações Públicas a partir da noção de complexidade.[1] Nesse sentido, propõe-se estudar as Relações Públicas articuladas ao seu contexto histórico-sociopsico-econômico-político.

Diferentes momentos socioculturais implicaram a construção de paradigmas, ou seja, conjunto de padrões, regras, modelos, idéias/ideologias e valores que norteiam um grupo social em determinada época, considerando-se a influência de tecnologias, as condições de produção, as necessidades, os desejos e os anseios de indivíduos/grupos, bem como seu nível de conhecimento.

A atual arquitetura política, social, econômica, cultural, e mesmo geográfica, é muito distinta daquela vigente no início das Relações Públicas de Ivy Lee. A primeira década do século XX, considerada marco inicial das Relações Públicas como atividade profissional, registra uma série de fatos que serve de mola propulsora para a atividade. Os Estados Unidos da América (EUA), por exemplo, saíam de uma violenta guerra civil – Guerra de Secessão (1861/1865) –, que apontaria a ascensão de capitalistas industriais e o declínio do poder de uma aristocracia rural. Parece importante lembrar que o modelo rural de sociedade estabeleceu uma relação de exploração de mão-de-obra de base escravagista e, em um primeiro momento, as relações capital *versus* trabalho da sociedade industrial estão nele alicerçadas. No mesmo período, Alemanha, Itália, Espanha e França deparavam-se com a ascensão dos partidos socialistas, e a Rússia vivia sua grande Revolução (1917). Eclodiam, entre os trabalhadores, reivindicações de melhores condições de trabalho, saúde, habitação e educação, remanescentes da luta do século anterior.

[1] Paradigma da complexidade desenvolvido por Morin (1999, 2000, 2001, 2002).

Hoje, diferentemente da primeira metade do século XX, a sociedade tende a caracterizar-se pela tolerância à diversidade, pelo ecletismo e pluralismo, pela instabilidade, a imprevisibilidade e a contingência, pela combinatória de estilos, pela rejeição do individual em favor do coletivo (do anônimo e do participativo), pela continuação do *eu* no *outro*, em que a divisão entre cultura de elite e cultura popular já não faz sentido, pela revolução dos conceitos de tempo e espaço e pela acelerada evolução tecnológica. Isso exige outro olhar sobre a atividade e, para além disso, uma revisão da própria idéia de Relações Públicas. Porém, antes de discorrer sobre esse olhar mais complexo, é preciso voltar-se sobre o processo histórico.

De acordo com Wey, de 1875 a 1900, os Estados Unidos vivem um período de grandes investimentos. Vencedor da guerra civil, o Norte do país impõe-se como poder político e econômico. Na economia, os empreendedores do Norte beneficiam-se da "especulação de terras, da construção de estradas de ferro e da exploração dos recursos minerais. Valeram-se ao máximo, também, do poder político, para fortalecer seu controle sobre o governo e usá-lo na promoção dos seus interesses econômicos". A autora aponta, ainda, um redirecionamento no conceito de moral:

> a pobreza passa a ser considerada um distintivo de inépcia, e a riqueza um sinal infalível de virtude. A competição econômica passa a ser encarada como a luta pela existência e a sobrevivência dos mais aptos da ordem biológica. Quanto mais implacável a competição, melhor seria, pois assim eram eliminados com mais rapidez os fracos e os incompetentes. (WEY, 1983, p. 29).

Como desdobramento desse quadro, legitima-se um comportamento organizacional de exploração exacerbada, fortemente apoiado no princípio do *laissez faire*.[2] Concomitantemente, como se disse, é nesse período que se fortalecem os partidos socialistas e as reivindicações trabalhistas, o que gera situações de alta tensão e conflitos nas relações capital *versus* trabalho. Da mesma forma, surge o jornalismo de denúncia, forte aliado contra a exploração do trabalhador e contra o desprezo pela opinião pública. Isso faz com que os empresários passem a se preocupar com a opinião dos públicos, a qual poderia prejudicar seus negócios e, portanto, seus lucros. Assim, os empresários buscam nos serviços especiais de imprensa (na verdade primeiras assessorias de Relações Públicas) seu principal instrumento para neutralizar opiniões contrárias, antecipar-se às denúncias e formar opinião favorável às organizações. O exemplo clássico disso é Ivy Lee, quando, em carta enviada aos principais jornais dos Estados Unidos, em 1906, afirma que seu trabalho consiste na divulgação de fatos de interesse público, referentes às empresas/

[2] Segundo esse princípio, são poucos e frágeis os limites impostos à iniciativa privada, relegando-se ao Estado um papel de mero coadjuvante da economia e, por via de conseqüência, da própria política.

instituições para as quais trabalha. Porém, a preocupação não está em modificar os procedimentos das organizações, mas simplesmente em cooptar a opinião pública.

É desse período a Teoria Clássica da Administração, que tem em Taylor e Fayol os principais expoentes. Segundo Morgan (1996, p. 28), a administração, na perspectiva dessa teoria, suporta-se nos seguintes princípios: unidade de comando, hierarquia, amplitude de controle, iniciativa, divisão do trabalho, autoridade e responsabilidade, centralização da autoridade, disciplina, subordinação dos interesses individuais aos interesses gerais, eqüidade, estabilidade e manutenção do pessoal e espírito de união. A administração resume-se a planejar, organizar, coordenar, comandar e controlar.

Diante desse contexto, pode-se dizer que a gênese da atividade profissional de Relações Públicas, apesar de, em sua filosofia, contrapor-se ao "lucro pelo lucro", está na economia, isto é, as Relações Públicas tendem a atualizar-se como estratégia para manter os níveis de lucratividade e poder das organizações. Importa dizer que os processos comunicacionais, nessa perspectiva, consistiam em ferramenta para informar o público sobre o que a organização desejava que ele soubesse, predispondo-o a agir de acordo com os objetivos dela. Na organização, a comunicação reduzia-se à função de informar aos trabalhadores *o que*, *quando* e *como* deveriam fazer.

A noção de subserviência das Relações Públicas ao capital não se esgota nesse período, como se verá na seqüência deste trabalho. Nas décadas de 30 e 40, esse quadro não sofre alterações significativas. Em termos de pesquisa em Comunicação, segundo Lopes (1999), a década de 30 caracteriza-se por estudos impregnados do que chama "registros da memória". Na administração, por seu turno, Mayo desenvolve a teoria das Relações Humanas, que insere, na teoria das organizações, a preocupação psicossocial. Essa escola trata o conflito como anomia. Portanto, é preciso abordá-lo com ação terapêutica.

De acordo com Morgan, os estudos de Mayo indicam "a importância das necessidades sociais no local de trabalho e a forma pela qual os grupos de trabalho podem satisfazer a essas necessidades, diminuindo a produção pelo fato de se engajarem em todos os diferentes tipos de atividades não planejadas pela direção". Mayo pontua, também, o fato de que "as atividades de trabalho são tanto influenciadas pela natureza dos seres humanos como pelo planejamento formal". (MORGAN, 1996, p. 45). Assim, ressalta a questão da informalidade como fator de possível redução da eficiência da produtividade. Aqui, a preocupação é a de fazer coincidir os interesses dos grupos informais com os da organização.

Importa destacar que essa década é marcada pela grande depressão econômica responsável pela ascensão dos movimentos de extrema direita (tais como o Nazismo na Alemanha, o Fascismo na Itália e o anticomunismo nos EUA), em resposta às reivindicações trabalhistas insufladas, principalmente, pelas idéias socialistas a partir da Revolução Russa de 1917. Os princípios basilares dos movimentos de extrema direita consistiam em: disciplina, ordem, obediência/respeito à hierarquia.

Portanto, na perspectiva organizacional, o conflito apresenta-se como responsável pelo caos e, por sua vez, a participação cooperativa é percebida como aceitação das diretrizes administrativas. É, principalmente, para atingir esse estado de cooperação que as organizações passam a considerar aspectos psicossociais, tais como segurança, aprovação social, afeto, prestígio e auto-realização, ou seja, a contenção pregada por Taylor dá lugar à manipulação de Mayo.

Enquanto as idéias de Taylor materializam(-se) uma(numa) comunicação de caráter informativo ("eu mando, tu obedeces"), as concepções de Mayo exigem comunicação persuasiva, pois é necessário dissimular as intenções da organização. Assim, através de consultas e da pseudoparticipação, ela procura cooptar os trabalhadores. Quer parecer que, nesse período, é nessa direção que os Relações Públicas tendem a realizar suas atividades.

Se por um lado o período da Grande Depressão, ao final da década de 40, mostra um mundo economicamente arrasado, por outro, a Segunda Guerra Mundial erige a economia de guerra, o que resulta em planejamento e mais produtividade. Ao final desse período, os EUA são uma verdadeira potência econômica, credores da Europa e com grande capacidade de investimento e produção. As empresas crescem, transformando-se, muitas delas, em verdadeiros conglomerados, com poder de ingerência sobre a política. Também os sistemas de comunicação e transporte recebem forte impulso. Encurtam-se as distâncias, e começa a alterar-se o conceito de tempo. Finda a primeira metade do século XX, tem-se um novo homem e uma nova arquitetura econômica. Perde força, cada vez mais, a postura do "dane-se o público". A questão agora é: "do que é que o público gosta?"

Assim, a partir da década de 50 encontram-se, na comunicação, pesquisas funcionalistas, alicerçadas em métodos essencialmente quantitativos, buscando conteúdo, audiência e efeitos. São as chamadas pesquisas mercadológicas, saídas de institutos como Marplan e Ibope, todas inspiradas nos Estados Unidos (*Gallup*). Esse tipo de estudo limita-se a realizar sondagens, identificando atitudes e motivações, o que se deve ligar à política e aos interesses comerciais de empresas, sedentas de mais lucros e apostando no mercado, que se recuperava da Segunda Guerra Mundial.

Os anos 50 podem ser considerados divisores de águas da postura administrativa do século XX. Nesse sentido, os teóricos da administração concebem dois grandes paradigmas, denominados *Sistemas Fechados* e *Sistemas Abertos*. Segundo Motta (2001), os Sistemas Fechados consideram qualquer sociedade como uma constelação de elementos estáveis, apoiada no consenso de seus componentes. Já, sob a perspectiva dos Sistemas Abertos, a sociedade está em mudança contínua. Portanto, conflitos entre grupos são processos básicos, e o bem-estar social está na dependência de seus resultados.

A essa luz, de acordo com Morgan, "bastante atenção tem sido dada à compreensão da 'atividade ambiental' imediata, definida pelas interações organizacio-

nais diretas (por exemplo, com clientes, concorrentes […]), bem como do 'contexto' mais amplo ou 'ambiente em geral'". (1996, p. 49, grifo do autor). Nessa direção, as organizações precisam conhecer o ambiente/público e para isso podem empregar (e empregam) técnicas e estratégias de Relações Públicas. Nessa época, no Brasil, as Relações Públicas ainda têm caráter essencialmente informativo.

Cabe observar que até meados da década de 50, de acordo com os autores Wey (1983) e Penteado (1984), a prática de Relações Públicas limitava-se a poucas atividades. Além disso, "confundiam-se Relações Públicas com relações sociais e algumas empresas exibiam 'profissionais' que não tinham outras qualificações senão um nome de família respeitável e um largo círculo de amizades influentes". (WEY, 1983, p. 34, grifo da autora). Embora dizendo serem casos extremos, Penteado critica as Relações Públicas dessa época, dizendo que, em algumas indústrias, os encarregados dessa atividade

> eram parentes próximos ou remotos dos seus proprietários e se notabilizavam por uma absoluta falta de competência em qualquer outro ramo válido das atividades da empresa. Transformava-se assim uma profissão em sinecura, em um agradável "não ter o que fazer" bem remunerado. (1984, p. 14, grifo do autor).

Wey (1983, p. 34) ressalta, também, que, apesar de a criação do Departamento de Relações Públicas da *The São Paulo Tramway Light and Power Co. Limited*, em 1914, ser considerado o grande marco das Relações Públicas no Brasil, essas atividades somente começam a se profissionalizar a partir da metade da década de 50. Observe-se que é em 21 de julho de 1954 que a Associação Brasileira de Relações Públicas é fundada tendo seus estatutos registrados no dia 18 de agosto, em São Paulo.

A este ponto, importa destacar que, segundo Penteado, "os episódios incendiários da campanha política do jornalista Carlos Lacerda,[3] em 1954, desfechada contra o mito Getúlio Vargas, fizeram com que do 'mar de lama' saíssem em péssimas condições de asseio alguns homens de empresa" (1984, p. 14, grifo do autor) que, de alguma forma, estavam à sombra do poder político. O autor pontua, como grande mérito da campanha de Lacerda, o fato de "haver como que 'despertado' a opinião pública brasileira, depois de uma noite de propaganda dirigida[4] e,

[3] A campanha pela legalidade, como ficou conhecido o movimento contra Getúlio, resultou no ultimato, endossado pelo ministro da Guerra, para a renúncia do presidente Vargas que resultou em sua trágica morte. Skidmore destaca que "uma inflamada carta-suicídio, alegadamente deixada por Getúlio […] denunciava que 'uma campanha subterrânea dos grupos internacionais aliou-se às dos grupos nacionais' e haviam tentado bloquear 'o regime de proteção ao trabalho', as limitações dos lucros excessivos e as propostas de criar a Petrobras e a Eletrobrás". (1976, p. 180, grifo do autor).

[4] "O DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda – foi criado para difundir o getulismo, cujo discurso pregava a democracia econômica e social, melhor compreensão entre as classes e amparo aos humildes. Enfim, a construção de uma imagem na qual o paternalismo adotava uma prática assistencialista." (VIEIRA, 2002, p. 22).

portanto, falsificada". Ressalta que a partir disso, "a imprensa do Brasil [...] intensificou a vigilância sobre as atividades empresariais" e, de alguma forma, o empresário "compreendeu que não poderia continuar vivendo sob o artificialismo das proteções aduaneiras e das legislações obtidas à sorrelfa nas antecâmaras ministeriais". (1984, p. 14). As afirmações de Penteado são recuperadas, aqui, não pela sua posição, mas pela relevância em marcar um momento histórico em que, por motivos diversos, a opinião pública, especialmente através da imprensa (independentemente de as informações recebidas serem corretas ou não), começa e se dar conta de seu poder de pressão.

Finda a era Getúlio Vargas, o vice-presidente Café Filho conduz a Nação ao processo eleitoral que se dará em 3 de outubro de 1955, do qual saem presidente Jucelino Kubitschek e vice João Goulart (coligação PSD-PTB), para o descontentamento dos grupos que lideraram a "Campanha pela Legalidade". Esse governo aposta/fomenta no/o desenvolvimento industrial do país, com o *slogan* "'50 anos de progresso em 5 anos de governo' e não há dúvida de que de 1956 a 1961 o Brasil apresentou um crescimento econômico real e marcante". (SKIDMORE, 1976, p. 204).

Com a força da indústria,[5] também se ampliam os investimentos nas atividades de Relações Públicas, que começam a ser mais profissionais. Nessa direção, destaca-se que em 1955 a disciplina de Relações Públicas é introduzida na Escola Superior de Administração e Negócios, da Fundação de Ciências Aplicadas, em São Paulo e, em 1958, no Rio de Janeiro, é realizado o I Seminário de Relações Públicas. Observa-se, ainda, que em 1956, Jânio Quadros, governador do Estado de São Paulo, determina a realização de um seminário para os redatores do Estado. De acordo com Wey, "o seminário visava conscientizar os redatores, na sua maioria jornalistas, sobre a importância dos modernos serviços de informação governamental, da sua política e organização". (1983, p. 36). Percebe-se, aqui, nitidamente, a preocupação do governo com a circulação de informações que podiam, de alguma forma, implicar a construção de sua imagem-conceito.[6]

A chegada dos anos 60 traz uma verdadeira reconfiguração social, política e econômica. Trata-se de um período de polêmicas, críticas, resistências e atitudes de

[5] "A base para o progresso foi uma extraordinária expansão da produção industrial. Entre 1955 e 1961, a produção industrial cresceu 60% (em preços constantes), com as porcentagens mais altas registradas pelas indústrias de aço (100%), indústrias mecânicas (125%), indústrias elétricas e de comunicações (380%) e indústrias de equipamentos de transportes (600%). De 1957 a 1961, a taxa de crescimento real foi de 7% ao ano e, aproximadamente, de 4% *per capita*". (SKIDMORE, 1976, p. 204).

[6] "A *imagem-conceito é* compreendida/explicada como um construto simbólico, complexo e sintetizante, de caráter judicativo/caracterizante e provisório, realizada pela alteridade (recepção) mediante permanentes tensões dialógicas, dialéticas e recursivas, intra e entre uma diversidade de elementos-força, tais como as informações e as percepções sobre a entidade (algo/alguém), o repertório individual/social, as competências, a cultura, o imaginário, o paradigma, a psique, a história e o contexto estruturado." (BALDISSERA, 2004, p. 279).

cobrança. Destacam-se, por exemplo, a pressão da sociedade norte-americana para que seu país deixe a Guerra do Vietnã e as lutas por maiores benefícios sociais. Tem-se, também, as revoltas estudantis de Paris e da Universidade de Berkley, nos EUA. Evidenciam-se estudos críticos sobre a indústria cultural, através da Escola de Frankfurt, que contempla, em maior escala, os aspectos qualitativos em suas investigações. A manipulação, a dependência, a expropriação, a aculturação, a exploração e a transnacionalização, principalmente considerando-se a presença, no cenário mundial, de grandes indústrias transnacionais, são as principais temáticas investigadas por essa escola. Esses estudos refletem a configuração político-econômica da época, com o mundo dividido em dois grandes pólos: o capitalista e o comunista.

Nesse sentido, observa-se que imediatamente após o final da Segunda Guerra Mundial, instala-se a chamada Guerra Fria, que se arrasta até a década de 80, quando ocorrem a queda do muro de Berlim e a derrocada do comunismo na URSS. Ao longo dos anos 60, os EUA consolidam-se como potência econômica. Patrocinam, ao redor do planeta, um sólido imperialismo cultural e uma grande campanha anticomunista. Legitimam uma série de golpes políticos, entre os quais o que depõe Jânio Quadros no Brasil e tenta impedir que seu vice João Goulart assuma. Instaura-se o Golpe Militar de 31 de março de 1964, que se estenderá por 21 anos. O País atravessa a década de 70 e parte da de 80 com um Estado poderoso, autoritário, que procura silenciar toda e qualquer possibilidade de crítica e constrói a imagem de "Milagre Econômico", ao custo de uma imensa dívida externa e de altos índices de inflação.[7]

Nesse sentido, observa-se que, de acordo com Brum, de 1968 a 1973, compatibilizam-se altas taxas de crescimento da economia brasileira com a paulatina redução das taxas inflacionárias,

> principalmente graças a uma economia mundial favorável à elevada entrada de capital externo e ao garroteamento da classe trabalhadora. Quando a conjuntura mundial se modifica, em meados dos anos setenta, esboçando uma nova crise do capitalismo mundial, agravada a partir de outubro de 1973 com o primeiro "choque do petróleo", as dificuldades internas aumentam. O governo Geisel, então, pretendendo manter o ritmo acelerado de crescimento da economia, recorre ao "imposto subreptício"da inflação (numa média de quase 38% ao ano), buscando garantir a lucratividade do capital e recursos para os investimentos expancionistas, em detrimento do trabalho. (BRUM, 1993, p. 162-163, grifos do autor).

[7] "Desde 1974 a inflação vem apresentando taxas crescentes, de uma média anual de 46% na segunda metade dos anos setenta, passa para mais de 100% e para mais de 200% ao ano no primeiro e segundo triênios da década de oitenta, respectivamente. […] As taxas de inflação explodem para 366% em 1987, para 933% em 1988 e para 1.764% em 1989, conduzindo o país à beira da hiperinflação." (BRUM, 1993, p. 163).

Assim, o Estado institui-se como protagonista, não apenas nas questões políticas, mas também nos desdobramentos da economia, elegendo como prioritários os investimentos em industrialização (processo que, na verdade, no Brasil, inicia na década de 50). A captação de recursos dá-se através de empréstimos e do incentivo ao investimento de capital estrangeiro no País. Todas essas medidas levam, também, à modernização dos processos administrativos, até porque era necessário garantir o retorno dos investimentos feitos.

Nessa época (décadas de 60 e 70), no panorama mundial, pesquisas em administração priorizam estudos que concebem "o planejamento do trabalho como um meio de aumentar a produtividade e a satisfação no trabalho, melhorando a qualidade do trabalho, reduzindo o absenteísmo e o giro de mão-de-obra, bem como, acidentalmente, ganhando quase sempre muita publicidade ao fazerem isso". (MORGAN, 1996, p. 46). Os aspectos sociotécnicos tornam-se mais relevantes para os processos administrativos.

Essa constituição empresarial exige, cada vez mais, profissionais com domínio das técnicas e dos processos de comunicação, fato relevante para que a Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, crie, em 1967, o primeiro curso de Relações Públicas no Brasil. Nesse mesmo ano, no Rio de Janeiro, acontece o IV Congresso Mundial de Relações Públicas. Um ano depois, em 1968, regulamenta-se a Lei 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que disciplina a profissão. Não se pode esquecer que esse mesmo ano marca, também, o período mais duro da ditadura militar, com o Ato Institucional n. 5.

Assim, a ação de Relações Públicas tende a reduzir-se a algumas atividades, tais como comunicação de caráter informativo interno, realização de eventos e assessoria de imprensa. O depoimento de Vera Giangrande, um dos pilares das Relações Públicas no Brasil, confirma esse contexto/situação:

> Quando você vive um momento de exceção […], em que os governos eram governos de força, não há grande interesse em se ter um relacionamento harmonioso, porque o relacionamento é de força, é imposto de cima para baixo. Não há grande interesse de compreensão, de harmonização, porque ou obedece ou vai preso." (Apud KUNSCH, 1989).

Na mesma direção, o profissional de comunicação Valter Nori ressalta que "naquela ocasião havia uma censura na imprensa por causa do regime de exceção. Então, não havia muito, vamos dizer assim, aquela obrigação das empresas, principalmente as internacionais, de se manifestarem. Eram muito pouco cobradas da imprensa na época." (apud KUNSCH, 1989). Deve-se considerar, por outro lado, que, por força da mordaça aplicada a editorias como a de política e a de cultura, os jornais passam a oferecer largo espaço ao material de divulgação da iniciativa privada, em suas editorias de economia. Assim, a postura sociotécnica da

administração que, com a finalidade de qualificar o trabalho e os produtos/serviços começa a preocupar-se com questões de bem-estar do trabalhador, é amplamente divulgada pela imprensa, na forma de mídia espontânea (*releases*). Isso dá corpo à atividade de Relações Públicas no relacionamento com a imprensa.

Desse modo, os números organizacionais (investimentos, exportações, crescimento) ganham relevo em detrimento de informações que possam confrontar posturas, políticas, ações, quer do governo, quer da iniciativa privada, pois a sociedade vive o medo da ditadura, e os sindicatos estão impossibilitados de agir (somente retomando seu espaço, paulatinamente, a partir da década de 80). É importante frisar que, nessa época, os investimentos em publicidade são vultosos. Como destaca o profissional de comunicação Flávio Valsani,

> em função do milagre econômico, as agências de publicidade faziam tudo – publicidade, pesquisas, Relações Públicas, promoção de vendas e o que mais pintasse. E, quando acabou o milagre brasileiro, lá por 73, 74, elas chegam à conclusão que o negócio delas era fazer publicidade mesmo. (Apud KUNSCH, 1989).

Ainda segundo Valsani, é nesse momento que as agências começam a propor aos seus diferentes departamentos que atuem como autônomos, prestando-lhes serviços. Esse quadro não será exclusivo das agências de propaganda, mas característica do processo de terceirização fomentado a partir da década de 80 com o neoliberalismo.

Por fim, ainda em relação às décadas de 60 e 70, observa-se que propagar a idéia do "Brasil Grande e do Milagre Econômico" exige dos órgãos oficiais pesados investimentos em comunicação, especialmente em publicidade e relações públicas, o que resulta em um dos principais lugares de atuação desse profissional, e acaba por fortalecer a atividade.

A partir da década de 80, a conjuntura econômica mundial acusa o cansaço que resultará em uma crise generalizada. A Alemanha e a Inglaterra lideram um realinhamento de paradigma, pregando o encolhimento do Estado ante a expansão da iniciativa privada. O Brasil, com um modelo exportador, um mercado interno sem poder aquisitivo, um parque industrial sucateado e em franco processo de hiperinflação, rende-se à pressão da sociedade, que inicia a caminhada da redemocratização.

As empresas começam a pensar a reestruturação de seus modelos, dando lugar a programas de qualidade total, *just-in-time, kanban*, gerenciamento participativo e outros, procurando contemplar/ouvir o mercado e seus empregados, eufemisticamente chamados "colaboradores". Acontece um número muito grande de fusões, com a instalação de conglomerados e, como a crise é mundial, instala-se para o capitalismo o paradoxo: grande capacidade produtiva, alavancada, principalmente, no refinamento tecnológico *versus* um mercado em retração.

Com sofisticados processos tecnológicos, criação de grandes cartéis setoriais, exploração de mão-de-obra barata (principalmente em países pouco desenvolvidos), instala-se, definitivamente, a globalização da economia. Consolida-se a Sociedade da Informação, que reforça a intimidade entre iniciativa privada e poder econômico/político. Por outro lado, a sociedade experiencia um momento de auto-análise e revisão paradigmática, questionando-se sobre seu próprio futuro. Os sujeitos sociais parecem estar conscientizando-se de que o "vale-tudo" não se apresenta como o melhor caminho para o desenvolvimento ecossociocultural. Um desses paradigmas é o da complexidade, desenvolvido por Morin, perspectiva que norteia este trabalho.

A reflexão crítico-avaliativa que os sujeitos/sociedade realizam, é, mais do que um simples olhar sobre o indivíduo, um questionamento de sua interdependência com o todo. Trata-se, aqui, do princípio hologramático (MORIN, 2001), isto é, a parte está no todo que está na parte, sendo que, ao mesmo tempo, é mais e menos do que o todo. Ainda na perspectiva de complexidade, o sujeito, como agente que tece e é tecido na/pela rede simbólica (GEERTZ, 1989), transforma a sociedade (contexto ecossistêmico) e é por ela transformado. Assim, apresenta-se como sujeito em permanente processo dialógico-recursivo. (MORIN, 1996; 2001). Nesse sentido, a alteridade passa a ser percebida como outra força em relação.

A essa luz, supera-se a idéia de passividade, de inércia do receptor (públicos) nos processos comunicacionais. De acordo com Baldissera (2000, p. 18-26), a comunicação é entendida como "processo de construção e disputa de sentidos". O autor observa, ainda, que não se trata de disputa de forças físicas, "da sobredeterminação de uma força à outra força em relação, mas do diálogo que torna presentes os sujeitos (identidade/alteridade) e, em diferentes graus, os tensiona". (2004, p. 130). Disputa-se a significação que é posta em movimento na/pela comunicação. Sob essa concepção, a comunicação constitui-se como lugar de sujeitos-força, em tensões dialógico-recursivas. Assim, a construção do mundo real-simbólico, realizada por sujeitos (mediante significação/comunicação), influencia e sofre influências (diversas e multidirecionais) do em torno ecossistêmico. Portanto, pode-se dizer que também os contextos orientam a significação dos enunciados. Trata-se de permanente desconstrução/(re)construção.

Diante disso, evidencia-se a necessidade de rever as lentes empregadas para o pensar e o agir em comunicação organizacional e, particularmente, em relações públicas. Os sujeitos/públicos assumem papéis de agentes no processo organizacional. Isso significa admitir que já não se pode pensar as ações de comunicação/relações públicas como simples estratégias para seduzir/persuadir/manipular o outro em relação. Trata-se de uma concepção diferente daquelas que, durante muito tempo, orientaram as Relações Públicas (e ainda apresentam-se basilares para muito do pensar/fazer na área). Portanto, é preciso pôr em suspenso as noções de Relações Públicas que, dentre outras coisas, a concebiam/concebem como: a) simples conjunto de atividades para

promover a harmonização entre a entidade e seus públicos; b) ações para lograr a boa vontade dos públicos de interesse; c) mero exercício de poder político-simbólico da entidade sobre seus públicos; e d) ações de divulgação e propaganda com o objetivo de conseguir mais visibilidade e opinião pública favorável. Não se pode reduzir Relações Públicas a um conjunto de tarefas cotidianas.

Na perspectiva da complexidade, as Relações Públicas exigem ser pensadas de modo a ultrapassar a idéia de técnicas de relacionamento e persuasão (e mesmo manipulação) realizadas por organizações/instituições/pessoas (entidades) quando em relação com seus públicos de interesse. Deve-se evitar a tendência a reduzi-las a processos de fabricação de imagem-conceito, conquista de visibilidade e poder simbólico. Assim, parece mais fértil (e coerente) conceber Relações Públicas como "filosofia de relacionamento, isto é, trata-se da concepção/postura/atitude, atualizada no nível dos pressupostos básicos, que norteia a missão da entidade como sistema interdependente do em torno eco-sócio-cultural com o qual estabelece relação dialógica, recursiva e hologramática". (BALDISSERA, 2005, p. 15). Daí apresentar-se como basilar para as relações entidade-públicos.

Nessa perspectiva, as ações de Relações Públicas tanto podem ser atualizadas para que a entidade atinja o que Lipovetsky (2004) denomina individualismo irresponsável (idéia do "primeiro eu", "estando bem para mim o outro não interessa"), quanto para as que materializam o individualismo responsável (aquele comprometido, tolerante, que valoriza a responsabilidade ecossociocultural). Porém, o autor é enfático ao afirmar que toda a sociedade (entidades – instituições, organizações e pessoas) deve unir-se para rechaçar o individualismo irresponsável em favor do responsável. Segundo ele, somente com mais solidariedade, inteligência política e organizacional será possível fortalecer o individualismo responsável para seguir em busca do "'algo melhor', único objetivo que homens vivendo em sociedade podem, sem exagero, estabelecer para si mesmos". (LIPOVETSKY, 2004, p. 40, grifo nosso).

Importa observar, no entanto, que isso não significa dizer que as Relações Públicas devam, necessariamente, ser realizadas para a desinteressada qualificação das relações entre entidades e públicos, tendo como único objetivo o bem social. Isto é, por mais que a missão das Relações Públicas possa ser a busca do "algo melhor para a relação entidade-públicos", e, portanto, para a sociedade como um todo,

> como filosofia de uma entidade, Relações Públicas consistem em uma opção. As entidades, sob a articulação hologramática [...], optam por se comprometerem ou não com o entorno. É com base nessa opção que as Relações Públicas tomam lugar na entidade. Portanto, se a entidade optar pelo individualismo responsável, o pensar e os fazeres em/de Relações Públicas estarão comprometidos com a efetiva conquista do "algo melhor" para a sociedade. Mas, se a opção for pelo individualismo exacerbado e egoísta, é provável que as realizações de Relações Públicas não passem de estratégias persuasivas/sedutoras e, até, manipulatórias para que a entidade alcance seus objetivos. (BALDISSERA, 2005, p. 17, grifo do autor).

Assim, dá-se relevo à tensão responsabilidade/irresponsabilidade – comprometimento/descomprometimento –, intrínseca à noção de Relações Públicas. Portanto, ainda que as entidades não disponham da atuação de profissionais de Relações Públicas, estarão marcadas por pressupostos filosóficos que sustentarão suas ações relacionais, independentemente de estarem conscientes disso.

Outra questão que se quer destacar é o fato de existirem vários níveis de comprometimento, ou seja, uma entidade pode variar entre o estar totalmente descomprometida com o em torno ecossociocultural até o nível de total comprometimento. Daí que, por exemplo, uma empresa pode comprometer-se totalmente com a segurança dos consumidores de seus produtos e, por outro lado, lançar dejetos poluentes em um rio próximo às suas instalações. Deve-se atentar, também, para o fato de que as opções que uma entidade assume, por mais que levem muito tempo para ser alteradas, não são definitivas. Até os pressupostos básicos podem sofrer alterações. É preciso consciência crítica para agir de modo a qualificar os processos em busca do "algo melhor". Nesse sentido, de acordo com Baldissera, as "Relações Públicas, quando atualizadas por entidades responsáveis, qualificam as relações eco-psico-sócio-culturais agindo em favor da cidadania, da transformação/evolução humana". (2005, p. 18).

Na direção do comprometimento, as Relações Públicas passam a reconhecer a diversidade como fertilidade qualificadora da relação entidade/públicos, da entidade e da sociedade. "A tensão dialógica que se estabelece entre essas forças apresenta-se como combustível desorganizador/(re)organizador da entidade e dos públicos. Pelas diferenças, públicos e entidades questionam-se e regeneram-se mutuamente evitando a cristalização (e morte) dos sistemas". (BALDISSERA, 2005, p. 19). Viabilizam, assim, a permanente tensão estabilidade/instabilidade, (des)organização/transformação, evolução/manutenção/retrocesso, rotina/inovação. Compreendem essas articulações como necessárias à regeneração, sobrevivência e catalisação do próprio sistema.

Por fim, é preciso dizer que na atual constituição da sociedade, sob a perspectiva da complexidade e do individualismo responsável, as Relações Públicas tendem a focar-se na ação construtiva/transformadora do tecido sociocultural, atualizando-se em processos mediadores e integradores dos diferentes anseios/desejos/necessidades dos diversos sujeitos-força envolvidos (indivíduos, públicos, entidades), para que o clima seja de compreensão, cooperação, confiança, respeito e tolerância, com o objetivo de atingir o "algo melhor" ecossociocultural.

Nesse sentido, os conflitos, as diferenças, as tensões e o desequilíbrio precisam ser percebidos como estados de efervescência que, pela tensão reflexiva, levam à/ao regeneração/revigoramento dos sistemas. São, portanto, necessários à evolução da própria entidade, evitando sua cristalização e morte. Então, se, por um lado, deve-se tender à proclamada "harmonia" (tradicional perspectiva das Relações Públicas), por outro, não se pode atingi-la em sua totalidade, pois significaria a estagnação evolutiva, a perda da fertilidade criativa.

A história parece apontar para isso: o *eu* (entidade) sobrevive e evolui à medida que o *outro* (alteridade) sobrevive e evolui. Portanto, manter a entidade em ação/desenvolvimento significa agir na perspectiva de criar espaços para que o *outro* (públicos) possa manifestar-se como agente no/do processo. Daí que o profissional de Relações Públicas necessita atuar para que a alteridade mantenha-se ativa e crítica e, assim, possa efetivamente estabelecer tensões dialógico-recursivas com a entidade que, por sua vez, precisa ser sensível, flexível e humilde para transformar e permitir ser transformada.

Referências

ANDRADE, Cândido Theobaldo de. *Para entender Relações Públicas.* São Paulo: Summus, 1990.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem:* problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BALDISSERA, Rudimar. *Comunicação organizacional:* o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

_____. *Imagem-conceito:* anterior à comunicação, um processo de significação. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

_____. *Relações Públicas, comunicação e complexidade.* Porto Alegre: 2005. Inédito.

BRUM, Argemiro J. O desenvolvimento econômico brasileiro. 12. ed. Ijuí: Fidene, 1982.

BURNS, Edward McNall. *História da civilização ocidental*. 2. ed. Porto Alegre: Globo, 1970.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder.* 12. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1996.

GEERTZ, Cliford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em comunicação:* formulação de um modelo metodológico. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas e modernidade:* novos paradigmas na comunicação organizacional. 2. ed. São Paulo: Summus, 1997.

_____. *Relações Públicas e comunicação organizacional:* trajetórias e perspectivas para o terceiro milênio. São Paulo: ECA/USP, 1998. 1 fita de vídeo (55 min.), VHS, son. Color.

MORGAN, Gareth. *Imagens da organização.* São Paulo: Atlas, 1996.

MORIN, Edgar. A noção de sujeito. In: SCHNITMAN, Dora Fried (Org.). *Novos paradigmas, cultura e subjetividade*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

_____. *O método 3.* Porto Alegre: Sulina, 1999.

_____. *Ciência com consciência.* 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

_____. *Introdução ao pensamento complexo.* 3. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

_____. *O método 4.* 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MOTTA, Fernando Prestes. *Teoria das organizações:* evolução e crítica. São Paulo: Pioneira, 2001.

PENTEADO, J. R. Whitaker. *Relações Públicas na empresa moderna.* 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1984.

SKIDMORE Thomas. *Brasil:* de Getúlio a Castelo (1930-1964). 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas:* função política. 3. ed. São Paulo: Summus, 1995.

SÓLIO, Marlene Branca; BALDISSERA, Rudimar. Caminhos da administração e os processos comunicacionais nas organizações. *Conexão: Comunicação e Cultura* – Revista de Comunicação da Universidade de Caxias do Sul, v. 2, n. 4, jul./dez. 2003.

VIEIRA, Roberto Fonseca. *Relações Públicas:* opção pela cidadania. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

WEY, Hebe. *O processo de Relações Públicas.* São Paulo: Summus, 1983.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação: mass media*: contextos e paradigmas, novas tendências, efeitos a longo prazo, o *newsmaking*. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.