Concepções e Práticas em Relações Públicas: perspectivas de um agir comunicativo[1]

André Gagliardi[2]

José Pedro Boufleuer[3]

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUÍ

Resumo

Este estudo diz respeito às concepções e práticas em Relações Públicas sob a perspectiva de um agir comunicativo. Partindo-se da trajetória de trabalho do autor e da contextualização de RP dentro da Comunicação Social, no contexto da sociedade capitalista, evidenciam-se preocupações relacionadas ao ser e o fazer da área. Há uma crise de posicionamento de Relações Públicas. O método proposto por Peruzzo (1986) demonstra que, na prática, a forma de fazer RP com vistas ao entendimento entre os pares corre o risco de ser suprimida por uma compreensão estratégica e pela exploração fruto do fator econômico nas suas realidades, levando-a a um trabalho meramente instrumental. A partir da teoria de Habermas (1987), percebe-se uma relação entre saber e prática; que se evidencia no exercício do trabalho, no mundo da vida e através do agir estratégico, a fim de se salientar o agir comunicativo.

Palavras-chave: Comunicação; Comunicação Social, Relações Públicas; Agir Comunicativo; Agir Estratégico

Este texto é um capítulo da dissertação de mestrado, defendida em outubro de 2004, que estudou as concepções e práticas em relações públicas: perspectivas de um agir comunicativo. A partir da trajetória pessoal/profissional do autor, impulsionado pelas inquietações da prática ao se fazer relações públicas, além das várias formas de se entender realmente o que seja relações públicas, e que não se fique somente no aspecto instrumental de seu fazer, desenvolveu-se esse estudo com o objetivo de analisar e propor um novo olhar a partir dos estudos do agir comunicativo, proposto por Habermas (1987).

Através de uma revisão bibliográfica de autores que teorizam as Relações Públicas, analisaremos sua complexidade, sua variação de sentidos, seu lugar e sua relevância. Faremos, também, uma aproximação com a Teoria do Agir Comunicativo de Habermas,

---

[1] Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Graduado em Comunicação Social – Relações Públicas e Especialista em Comunicação e Economia Política pela FAMECOS -PUCRS, Mestre em Educação nas Ciências pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ e professor do Curso de Comunicação Social da UNIJUÍ. Correio eletrônico: andreg@unijui.tche.br

[3] Professor Doutor do Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Educação nas Ciências da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, orientador e chefe do Departamento de Pedagogia – DePe/UNIJUÍ .

visando questionar a racionalidade estratégica de Relações Públicas, sua coerência e significação social para, a partir disso, discutirmos a possibilidade de comunicar e educar mediante uma linguagem voltada ao entendimento.

Desde o início deste estudo, diante da dificuldade de entendimento das pessoas acerca da identidade da área de RP, a nossa preocupação primeira era a de tentar contribuir com a área de Comunicação Social – Relações Públicas, a fim de buscarmos suas concepções e seus conceitos, uma vez que também somos da Comunicação e integramos sua concepção.

1 O Paradigma da Comunicação de Habermas

O novo paradigma da comunicação que Habermas propõe não se refere à relação do sujeito isolado no mundo, podendo ser manipulado ou representado, mas sim à relação intersubjetiva que assumem sujeitos capacitados para a linguagem e ação quando se relacionam e compreendem-se entre si sobre algo no mundo. O elo de ligação do novo paradigma é o entendimento, significando, antecipadamente, um processo de convicção intersubjetiva que coordena as ações dos pares que participam de uma interação motivados por várias razões.

Como nos traz Habermas:

> No lugar do sujeito solitário, que se volta para objetos e que, na reflexão, se toma a si mesmo por objeto, entra não somente a idéia de um conhecimento lingüisticamente mediatizado e relacionado com o agir, mas também o nexo da prática e da comunicação quotidianas, no qual estão inseridas as operações cognitivas que têm desde a origem um caráter intersubjetivo e ao mesmo tempo cooperativo (HABERMAS, 1989, p. 25).

Ao definir ação estratégica e ação comunicativa como duas formas distintas de ação, o autor parte do princípio de que as ações podem ser classificadas de acordo com estes dois tipos apresentados. Observemos o que ele escreve:

> ... quando falo de estratégico e de comunicativo, não somente pretendo designar dois aspectos analíticos sob os quais uma mesma ação pudesse descrever-se como um processo de recíproca influência por parte de oponentes que atuam estrategicamente, de um lado, e como processo de entendimento entre membros de um mesmo mundo da vida, de outro. Mas senão que são as ações sociais concretas as que podem distinguir-se segundo que os participantes adotem, ou bem uma atitude voltada ao êxito, ou bem uma atitude voltada ao entendimento; devendo estas atitudes, nas circunstâncias apropriadas, poderem ser identificadas a base do saber intuitivo dos participantes mesmos[4] (Id, 1987, p. 367-368).

Para Habermas, o agir estratégico ocorre quando os indivíduos estão predestinados e orientados para o sucesso, pois, para as conseqüências do seu agir, são influenciados

[4] Tradução nossa. O original encontra-se escrito em língua espanhola.

externamente, por meio de advertências ou persuasão, sobre a definição da situação ou sobre as decisões ou razões de seus oponentes. Sobre este episódio corresponde uma coordenação da ação que leva ao egocentrismo.

Pelo contrário, refere-se a agir comunicativo quando os pares tratam de deixar harmoniosos internamente seus planos de ação e se dedicam a prosseguir com seus objetivos através da obrigatoriedade de um acordo real ou de negociações sobre as situações e conseqüências esperadas.

> Todo o ato de compreensão pode ser entendido como parte de um processo cooperativo de interpretação que tem como finalidade a obtenção de definições da situação que possam ser inter-subjetivamente reconhecidas. (...) O mundo da vida acumula o trabalho de interpretação, realizado pelas gerações passadas; é o contrapeso conservador contra o risco de dissentimento que comporta todo o processo de entendimento que esteja em curso. Pois, na ação comunicativa, os agentes somente podem entender-se através de uma postura de afirmação ou negação frente às pretensões de validade suscetíveis de crítica. A importância relativa destas duas grandezas muda com a descentralização das imagens do mundo[5] (Id, Ibid, p. 103 – 104).

Nos dois casos, a relação entre os meios e os fins da ação é pressuposta, sendo que se credita aos pares a capacidade de agir em vista de um objetivo e o interesse em efetuar seus planos de ação.

> Mas, o *modelo estratégico da ação* pode se satisfazer com a descrição das estruturas do agir imediatamente orientado para o sucesso, ao passo que o *modelo do agir orientado para o entendimento mútuo* tem que especificar condições para um acordo alcançado comunicativamente sob os quais Alter pode anexar suas ações às do Ego (HABERMAS, 1989, p. 165).

O entendimento, para Habermas, é o processo de aquisição de um acordo entre sujeitos lingüística e interativamente competentes. Acordo esse que se funde em convicções comuns, alcançadas através de um desempenho discursivo. Diante disso, o acordo é racional, porque não pode ser extraído mediante um desempenho instrumental sobre a situação da ação ou por meio de convergências sobre as decisões de um adversário.

Habermas (1987) nos apresenta que a racionalidade comunicativa ocorre:

> ... quando os planos de ação dos atores implicados não se coordenam por meio de um cálculo egocêntrico de resultados, mas mediante atos de entendimento. Na ação comunicativa, os participantes não se orientam em primeiro lugar ao próprio êxito; antes, perseguem seus fins individuais sob a condição de que seus respectivos planos de ação possam harmonizar-se entre si sobre a base de uma definição compartilhada da situação. Assim, que a negociação de definições da situação seja um componente essencial da tarefa interpretativa que a ação comunicativa requer [6](p. 367).

---

[5] Tradução nossa. O original encontra-se escrito em língua espanhola.
[6] Tradução nossa. O original encontra-se escrito em língua espanhola.

A ação comunicativa pode ser entendida como um mecanismo de coordenação da ação. Os atos de entendimento que ligam os planos de ação se constituem por um sistema de relações entre meios e fins estruturados entre distintos participantes, articulando as ações individuais em um universo de interação; não podem, no entanto, ser reduzidos à ação de meios e fins. Neste sentido, o entendimento não deve ser concebido como a solução de um problema de coordenação de sujeitos que atuam se orientando para o sucesso. A razão disto está na concepção do entendimento como um fim em si mesmo e no fato de que a ação comunicativa é um mecanismo de coordenação de ações.

Sendo assim, nem toda interação lingüisticamente mediada representa um exemplo de ação orientada ao entendimento. Existem variados casos de entendimento indireto, seja porque um dos pares dá a entender algo a outro mediante sinais, induzindo-o indiretamente, mediante uma elaboração por uma inferência da situação que é percebida, a formar uma determinada opinião ou perceber uma determinada intenção; seja porque um dos pares utiliza dissimuladamente o outro para seus fins, isto é, que seja induzido, utilizando meios lingüísticos, a fazer o que ele deseja, instrumentalizando-o, assim, para o sucesso de sua própria ação.

O agir comunicativo, para Habermas, se realiza através do levantamento de pretensões de validade, isto é, de pronunciamentos ou atos de fala que se lançam a um sim ou a um não dos ouvintes; a busca das pretensões de validade corresponde à confirmação das mesmas; no caso de uma não aceitação, os participantes de uma comunicação são levados a apresentar argumentos, objetivando a possibilidade de algum acordo. Os atos comunicativos representam, eles mesmos, interações que contribuem para produzir outras interações ou ações, e para reorganizar espacial, temporal e socialmente as ações no mundo.

Voltemos a Habermas, que explica como Austin entende os atos de fala:

> (...) distingue entre ato locucionário – que corresponde ao conteúdo propositivo de uma oração -, ato ilocucionário - que fixa o modo em que é utilizada uma oração (como afirmação, promessa, confissão, imperativo) – e ato perlocucionário – que corresponde aos efeitos que o falante tenciona produzir sobre um ouvinte. Para esse autor, o objetivo perseguido com um ato ilocucionário está inteiramente contido no próprio ato de fala, enquanto o objetivo perlocucionário não precisa se auto-evidenciar no conteúdo do dito, podendo apenas explicitar-se em relação à intenção do agente ou do falante. (AUSTIN apud HABERMAS, 1987, p. 370).

A descrição de efeitos perlocucionários tem, portanto, que fazer referência a um contexto de ação teleológica (com vistas a determinadas finalidades) que vai além do ato de fala. Sendo assim, a ação estratégica apresenta uma dimensão externa ao ato de fala, representada por uma reserva comunicativa ou pelo fato de que a garantia do cumprimento da

ação se identifica, não com um desempenho discursivo, mas com o poder preestabelecido ao ato de fala.

A partir da discussão da teoria dos Atos de Fala de Austin, Habermas afirma a sua distinção entre agir estratégico e agir comunicativo:

> ... considero, pois, como ação comunicativa aquelas interações mediadas lingüisticamente, nas quais todos os participantes perseguem com seus atos de fala, fins ilocucionários e somente fins ilocucionários. Por outro lado, as interações nas quais ao menos um dos participantes pretende com seus atos provocar efeitos perlocucionários no seu interlocutor, estas, as considero ação estrategicamente mediada lingüisticamente [7](HABERMAS, 1987, p. 378).

No agir comunicativo os fins são expressos comunicativamente e delimitados pelo ato ilocucionário, em contrapartida, no agir estratégico os fins remetem à intenção de um dos pares que não os explicita ou que no caso de explicitá-los não os vincula a explicações que possam fundamentá-los ou torná-los aceitáveis comunicativamente.

Conforme Habermas,

> Pois bem, os atos de fala somente podem servir a este fim não ilocucionário de exercer uma influência sobre o ouvinte, se são aptos para a consecução de fins ilocucionários. Se o ouvinte não entendesse o que o falante diz nem mesmo atuando teleologicamente poderia o falante servir-se de atos comunicativos para induzir o ouvinte a comportar-se da forma desejada. Neste sentido, o que a princípio chamamos emprego da linguagem orientada para as conseqüências, não é um modo originário do uso da linguagem; senão, a substituição de atos de fala que servem a fins ilucucionários, sob as condições da ação orientada ao êxito[8] (Id, Ibid, p. 375).

É importante este aspecto da teoria do agir comunicativo. Os atos de fala podem cobrar uma certa autonomia com referência à ação comunicativa ao serem integrados em contextos de ação estratégica, em que agirão instrumentalmente ajudando a viabilizar efeitos perlocucionários, influenciando sobre um dos pares como elemento teleológico. Os atos de fala integram a ação comunicativa, mas também são meios de coordenação dos planos individuais, visando um entendimento indireto sem os quais a ação estratégica não se viabilizaria. Talvez fique mais clara agora a compreensão do que dissemos anteriormente acerca da importância de considerar analiticamente a ação comunicativa a partir da lógica da ação teleológica ou estratégica. À ação comunicativa é essencial o entendimento direto, sem evasivas.

Com referência à ação instrumental, o papel da comunicação é parecido com o caso da coordenação exercida em relação à ação estratégica, com algumas particularidades

---

[7] Tradução nossa. O original encontra-se escrito em língua espanhola.
[8] Tradução nossa. O original encontra-se escrito em língua espanhola.

importantes. A ação sobre os objetos das diversas áreas do conhecimento é racional, para Habermas, na medida em que se baseia em regras técnicas que assumem um saber empírico que é essencial e aprendido e na medida em que a eficácia de uma regra de ação pode ser comprovada através de explicações sobre o sucesso ou o fracasso da mesma. Deve-se, por outro lado, considerar que o saber que traz os fundamentos tomados como regra de ação não necessariamente é demonstrado no momento de sua aplicabilidade, pois este saber varia de acordo com a especificidade e a delimitação das mais diferentes formações profissionais, é extraído dos variados contextos da ação comunicativa do dia-a-dia. O êxito da intervenção não depende necessariamente das explicações que possam ser dadas sobre o seu sucesso ou insucesso ou do prévio conhecimento subjetivo das regras.

Como afirma Habermas: "para o êxito de uma ação instrumental não é necessário que o ator possa também fundamentar a regra de ação que segue[9]" (1987, p. 28). A natureza não interativa da ação instrumental, voltada para os objetos, não implica a necessidade de explicações a respeito de como a linguagem é utilizada por diferentes formas de ação ou áreas do conhecimento, como, por exemplo, em Relações Públicas, cuja atividade não requer explicitação do seu agir instrumental, mas sim uma compreensão do seu fazer no universo em que se estabelecem as suas práticas.

Habermas nos traz, ainda, a sua visão descentralizada de mundo, ou seja, para o autor, não haveria um único mundo e, por conseqüência, uma única racionalidade da ação, modos de intervenção no mundo, mas sim, três mundos possíveis que se sobrepõem e que interagem mutuamente: "o mundo sobre o qual se diz algo não se limita ao mundo "objetivo" das coisas. Há também o mundo "social" das normas e da convivência e o mundo "subjetivo" das vivências e sentimentos aos quais um ato de fala pode estar referido (HABERMAS apud BOUFLEUER, 1997, p. 39).

Para além dos aspectos culturais, o mundo da vida se organiza com os processos de comunicação e interação social, juntamente com a socialização dos seres humanos. O mundo da vida é constituído por três mundos: o objetivo, o social e o subjetivo. O correspondente para cada um dos três mundos, respectivamente, é: cultura, sociedade e personalidade, que Habermas apresenta como dimensões básicas para o mundo da vida.

Como podemos observar, existe uma correlação entre as teorias da ação e esta formatação dos mundos. Na verdade, Habermas propõe a construção de uma teoria de mundos, utilizando-se da perspectiva dos pares em condição de ação. Implicitamente está

---

[9] Tradução nossa. O original encontra-se escrito em língua espanhola.

posto que esses mundos não são considerados em si mesmos, exceto o mundo objetivo, porque não existem antes da consciência intersubjetiva, mas sim, são diferenciados no percurso da experiência da espécie humana em função das capacidades gradativamente acumuladas pela linguagem, resultando do esforço realizado pela cooperação social.

A abordagem descentralizada de mundo, trazida por Habermas, nos conduz a dois conceitos: "mundo" e "mundo da vida". Primeiramente, mundo da vida pode ser definido como a totalidade difusa das representações culturais, sociais e da personalidade acumuladas ou adquiridas pelos processos cooperativos de comunicação, que os pares participantes em uma situação de ação adotam como mola propulsora para suas atividades interpretativas. Já no sentido da consciência coletiva de um grupo social, a definição de mundo da vida é o conjunto de pressuposições sobre o qual se baseia o entendimento em situações normais de interação.

Sendo assim, o sistema de referência dos três mundos, mediante a discussão crítica de pretensões de validade diz respeito a processos de algum desses mundos. Supõe-se, contudo, o domínio destas referências por parte dos pares participantes de um diálogo, ocasionando a incorporação deste nível de diferenciação da linguagem no próprio mundo da vida. A condição mundo quer dizer, portanto, uma postura em que os conteúdos do mundo da vida são tratados como objetos.

1.1 Perspectivas de um Agir Comunicativo em Relações Públicas

Habermas enfatiza que "O conceito agir comunicativo deve comprovar-se na teoria sociológica da ação. E esta pretende esclarecer de que modo é possível a ordem social" (1990, p. 76). Isto é, o agir comunicativo pode servir de auxílio para aprimorar a prática de Relações Públicas, pois esta reflexão proposta por Habermas traz também as dimensões que compreendem o panorama acerca do mundo da vida, em que se dão as interações entre os pares envolvidos. Quando nos reportamos ao mundo da vida, dimensão em que as ações se tornam realizáveis, entendemos que é ele o espaço em que se situam e se representam as ações, em situações que se dão de formas variadas. Nesses espaços, os comunicadores – relações públicas, jornalistas e publicitários – interagem com sua bagagem cultural, seus conhecimentos gerais e específicos e suas representações lingüísticas, mercadológicas, persuasivas e de opinião pública.

Essa dimensão teórica nos leva também a questões ideológicas, tornando-se necessário que estabeleçamos critérios para que nossos referenciais sejam bem entendidos e fundamentados, em especial, na área de Relações Públicas, pois os mesmos servirão como

embasamento, a fim de que esclareçamos nossas preocupações. Interessa, então, pensar a linguagem em suas variadas formas e, em especial, nesse caso, como ela se materializa em Relações Públicas, utilizando como embasamento a Teoria da Ação Comunicativa de Habermas e a contextualização em que se dão os atos de fala.

Habermas (1990) nos apresenta:

> Eu descrevo os proferimentos lingüísticos como atos através dos quais um falante gostaria de chegar a um entendimento com um outro falante sobre algo no mundo. Eu posso levar a cabo essas descrições assumindo a perspectiva do agente, portanto, da primeira pessoa (p. 65).

A reflexão trazida pelo autor pode ser relacionada com a intenção que temos de provocar um entendimento entre a coletividade que constitui o universo dos seus variados públicos, acerca dos referenciais de Relações Públicas, pois entendemos que a teoria da ação comunicativa pode contribuir na promoção de sentidos, o que tem sido objeto de nossas inquietações desde o início deste estudo.

Habermas afirma que os atos de fala e as ações, atitudes tomadas a partir da fala, dependem de condições específicas de compreensão (1990, p. 66). Também escreve que a idéia de Austin (p. 66), segundo a qual nós, ao dizermos algo, fazemos algo, implica a recíproca: ao realizarmos uma ação de fala dizemos também o que fazemos. Portanto, ao falarmos em Relações Públicas, será que estamos fazendo Relações Públicas? Ao falarmos em Relações Públicas, juntamos conceitos e questões pragmáticas da ação de Relações Públicas que pressupõem o que fazemos, ou seja, Relações Públicas.

Habermas (1990) nos possibilita, inclusive, a compreensão de que "Esse sentido performativo de uma ação de fala só é captado por um ouvinte potencial que assume o enfoque de uma segunda pessoa, abandonando a perspectiva do observador e adotando a do participante" (p. 67). Segundo esse autor, é preciso que os participantes de um ato de fala compartilhem intersubjetivamente de uma comunidade lingüística, falem a mesma linguagem e possam tirar vantagens da familiar reflexividade da linguagem natural.

Conforme Habermas (1990):

> Os tipos de interação distinguem-se, em primeiro lugar, de acordo com o mecanismo de coordenação da ação; é preciso saber, antes de mais nada, se a linguagem natural é utilizada apenas como meio para a transmissão de informações ou também como fonte da integração social. No primeiro caso trata-se, no meu entender, de agir estratégico; no segundo, de agir comunicativo. No segundo caso, a força consensual do *entendimento lingüístico*, isto é, as energias de ligação da *própria linguagem*, tornam-se efetivas para a coordenação das ações, ao passo que no primeiro caso o efeito de coordenação depende da *influência* dos atores uns sobre os outros e sobre a situação da ação, a qual é veiculada através de atividades não-lingüísticas (p. 71).

Ao definir agir estratégico e agir comunicativo como duas formas distintas de agir, Habermas (1990) parte do princípio de que as formas de agir podem ser organizadas; o entendimento, para o autor, é o processo de aquisição de um acordo entre os pares lingüística e interativamente conveniente. Acordo este que se realiza em certezas do senso comum, alcançadas pelo desempenho discursivo dos pares. O acordo é racional, a ação comunicativa pode ser entendida como um mecanismo de coordenação da ação. Entende-se por comunicativas as interações pelas quais os indivíduos que estão envolvidos no processo comunicativo se colocam de acordo para a coordenação dos seus planos de ação.

O acordo resultante de pretensões em cada situação media-se através do reconhecimento intersubjetivo das intenções de validez. O agir comunicativo necessita do uso da linguagem a fim de produzir entendimento, os pares se estabelecem através dos atos de fala, entendendo-se mutuamente sobre algum assunto, sob a tutela não só de validez, mas também de verdade, correção e sinceridade, permeando o mundo objetivo enquanto a permanência das coisas que existem e nos rodeiam e a vivência no mundo social, com suas relações interpessoais, que através da legitimação das ações são reguladas pela sociedade e seus padrões.

Como escreve Habermas (1990):

> Uma vez que o agir comunicativo depende do uso da linguagem dirigida ao entendimento, ele deve preencher condições mais rigorosas. Os atores participantes tentam definir *cooperativamente* os seus planos de ação, levando em conta uns aos outros, no horizonte de um mundo da vida compartilhado e na base de interpretações comuns da situação. (...) O agir comunicativo distingue-se, pois, do estratégico, uma vez que a coordenação bem sucedida da ação não está apoiada na racionalidade teleológica dos planos individuais de ação, mas na força racionalmente motivadora de atos de entendimento, portanto, numa racionalidade que se manifesta nas condições requeridas para um acordo obtido comunicativamente (p. 72).

Para o agir estratégico, uma atitude é regulada a partir da atuação do outro, oportunizando a continuação pretendida por uma interação. No agir comunicativo, um é influenciado através de uma motivação racional pelo outro para uma ação de acordo, e isso se dá pelo efeito ilocucionário (de argumentação) e de comprometimento através do entendimento que o ato de fala pode promover, tendo como referência os limites estruturais de uma linguagem compartilhada intersubjetivamente.

> Essas limitações impõem aos agentes uma mudança de perspectiva: os atores têm de abandonar o enfoque objetivador de um agente orientado pelo sucesso, que deseja produzir algo no mundo, e assumir o enfoque performativo de um falante, o qual procura entender-se com uma segunda pessoa sobre algo no mundo. Sem essa re-orientação, que leva em conta as condições do uso da linguagem voltada ao entendimento, eles não teriam acesso ao potencial das energias de ligação existentes na linguagem. (...) No

> agir estratégico a constelação do agir e do falar modifica-se. Aqui as forças ilocucionárias de ligação enfraquecem; a linguagem encolhe-se, transformando-se num simples meio de informação (Id, Ibid, p. 74).

Boufleuer (1997) nos ajuda a compreender essa proposição em Habermas quando nos traz a seguinte reflexão: Habermas diz que a linguagem, em seu uso comunicativo, é portadora de "energias de ligação interna", que a tornam transparente e geradora de processos de entendimento que podem ser considerados racionais. O que se observa é uma unidade de intenções e de conteúdos que se expressam na fala comunicativa (p. 38).

Ou seja, quando nos dirigimos lingüisticamente para alguém com o objetivo de provocar uma compreensão, um entendimento sobre alguma coisa no mundo, pretendemos claramente que os outros pares da ação compreendam o nosso ato de fala e que a intenção que nele se expressa coincida com o que nele se diz. Sendo assim, é importante salientar que Habermas compreende que as proposições ideais de todo discurso estão apoiadas no parâmetro da crítica, sua evolução se dá em mantermos critérios com base na verdade e na ética, possibilitando avançarmos lingüística e comunicativamente.

Assim é que pensamos em Relações Públicas: através do entendimento do ato de fala deve ocorrer a sua compreensão por parte da sociedade, pois o ato de fala é um contrato entre falante e ouvinte; é um ato comum que só pode ser realizado intersubjetivamente.

Em *Falar versus Agir*, capítulo da obra *Pensamento Pós-Metafísico* (1990, p. 66), Habermas escreve que os atos de fala e as ações, atitudes tomadas a partir da fala, dependem de condições específicas de compreensão. Portanto, quando se fala em Relações Públicas, automaticamente se agrupam, aos interlocutores do processo de comunicação, representações outras que formatarão seus significados

Buscamos ainda em Peruzzo (1986) uma reflexão entre relação teoria e prática de Relações Públicas:

> Enquanto a prática das Relações Públicas na sociedade burguesa é explícita quanto à sua função persuasiva a serviço do capital, em nível teórico a impressão que se pode ter é que há certa hesitação em admiti-lo. Porém, esta é uma discrepância aparente e se desfaz ao analisarmos o conjunto do discurso das Relações Públicas, pois não chega a esconder o seu comprometimento com o capital (p. 52).

A autora nos diz que é evidente a existência de ambigüidades nas Relações Públicas da maneira como são apresentadas. Pois apresentam-se as Relações Públicas como trabalhando e atendendo ao interesse público da mesma forma em que lhes são atribuídos encargos de servir aos interesses de instituições e governos na sociedade burguesa, que são interesses de classe.

A questão é que a ambigüidade está relacionada com a sociedade capitalista que, por sua vez, também é ambígua, pois o interesse privado assume a aparência de interesse público,

porque os princípios da igualdade, liberdade e propriedade permeiam a vida social, mas, na prática, não se efetivam em decorrência das condições estruturais antagônicas do modo de produção capitalista.

Conforme nos traz o parágrafo inicial do capítulo "A Indústria Cultural", da obra "Dialética do Esclarecimento":

> Na opinião dos sociólogos, a perda que a religião objetiva fornecia, a dissolução dos últimos resíduos pré-capitalistas, a diferenciação técnica e social e a extrema especialização levaram a um caos cultural. Ora, essa opinião encontra a cada dia um novo desmentido. Pois a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113).

Adorno e Horkheimer querem nos dizer, criticamente, que sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica e os conceitos e esclarecimentos sobre determinados pontos de vista vão se delineando, ao passo que as concepções e conceitos se estabelecem quando caem em domínio público. Os interesses atendem à indústria cultural, que nos impulsiona para as necessidades que são criadas por ela mesma, a fim de se gerar satisfação e conforto no âmbito social e técnico.

Conforme Peruzzo (1986):

> Nega-se, portanto, a existência de classes sociais como fundamentadas pelas relações sociais de produção, visto que "à burguesia interessa ocultar a existência do proletário, fruto das relações burguesas de produção e condição de sua permanência". As Relações Públicas se dizem promover o bem estar social e a igualdade nas relações sociais numa sociedade marcada por profundas diferenças de classe. Tratam os interesses privados como sendo interesses comuns de toda a sociedade, escondendo que esses interesses são comuns à classe que detém o controle econômico, social, cultural e político da sociedade.(...) Na verdade, as Relações Públicas são uma necessidade do modo de produção capitalista. A evolução do capitalismo requer o surgimento e evolução das Relações Públicas. Portanto, para entendê-las em sua radicalidade há que entender o modo de produção capitalista" (p. 54-55).

Como afirmam Adorno e Horkheimer (1985, p. 119), inevitavelmente, cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo. E todos os seus agentes, do *producer* às associações femininas, valem para que o processo da reprodução simples do espírito não leve à reprodução ampliada.

Sendo assim, as transformações ocorridas com a revolução industrial e a expansão do capitalismo devem ser compreendidas e trabalhadas de forma a se entender o modo como evoluíram num contexto em que se manifesta a indústria cultural.

Já que o fenômeno indústria cultural se instalou na vida dos homens de uma maneira definitiva, na observância deste mesmo contexto temos o entendimento, como nos propõe

Peruzzo, de que uma instância está atrelada à outra, à evolução do modo de produção capitalista e das Relações Públicas. A reflexão de Adorno e Horkheimer mostra-nos que a humanidade está absorvida pelo universo manifestado pela indústria cultural. Os indivíduos são forçados a passar pelo filtro da indústria cultural, como a velha experiência do espectador de cinema, que percebe a rua como um prolongamento do filme que acabou de assistir, porque o indivíduo mesmo que está assistindo ao filme quer dar continuidade ao filme de acordo com a percepção do dia-a-dia, tornando essa atitude uma norma da produção.

A indústria cultural nos leva a acreditar e a perceber um mundo que, dominado pelos aspectos estéticos, nos carrega para a imitação e à frustração, pois oferece-nos algo e, ao mesmo tempo, priva-nos dele; é cruel, pois funciona como se fosse a mãe que, ao fazer aviãozinho para dar papinha ao filho, quando chegasse próximo de a criança abocanhar o alimento, retirasse-lhe a colher com a papinha.

Conforme nos sugere Peruzzo, em Relações Públicas, de acordo com suas especificidades, deve-se ter bem claro o entendimento de sua dimensão e a serviço de quem estará. Porque se o capitalismo, assim como a indústria cultural, é um mecanismo que altera a situação do homem e sua forma de interação na sociedade, e se as relações estão a este serviço, há de se entender sua complexidade e tentar conduzi-la, efetivamente, para que elas estejam a serviço do bem maior, que é a compreensão mútua.

Nesse sentido, vale lembrar Marcondes (1992):

> Em termos da *Teoria dos Atos de Fala*, na medida que entendemos a linguagem como ação e a comunicação como um ato social concreto que é parte de um contexto estratégico, realizando-se a partir de um conjunto de regras e convenções pragmáticas com origem nas crenças, valores e interesses da comunidade; a questão fundamental será então: como estes elementos atuam no uso da linguagem, qual sua função? (p. 41).

Sendo assim, o ato de fala é definido como um ato instrumental, a linguagem é um meio, é um instrumento utilizável para se adquirir determinados fins. O falante utiliza a linguagem para efetuar ações convencionais. Ao adquirir a linguagem, o que se ganha não é somente uma língua com suas regras e padrões, mas adquire–se, também, todo um sistema de práticas, costumes, valores, crenças e interesses a ele relacionados. Quando Peruzzo apresenta-nos suas reflexões com relação à teoria e à prática de Relações Públicas, e evidencia a existência da ambigüidade na forma como são apresentadas, devemos questionar-nos sobre as condições em que estes atos são praticados. A linguagem não é transparente, existem ambigüidades do ato que está sendo praticado, ou seja, há que se levar em conta os interesses privados e públicos e os seus pressupostos ao se fazer a relação teoria e prática, considerando as condições antagônicas do modo de produção capitalista. Tais interesses determinam as

convenções que governam as ações e as relações que se estabelecem com os interlocutores, seu público alvo.

Marcondes (1992) afirma, ainda, que:

> Os atos de fala ideológicos, entretanto, têm objetivos, propósitos e pressupostos que não devem ser reconhecidos como tais. Na realidade, alcançam sucesso apenas na medida em que estes elementos não são reconhecidos, uma vez que são atos de manipulação (p. 43).

Na linha do pensamento de Marcondes, propomos a reflexão trazida por Peruzzo (1986),

> As Relações Públicas na prática e em seus pressupostos teóricos no modo de produção capitalista participam objetivamente da ideologia burguesa que procura ocultar as contradições sociais. Dentro da concepção ideológica burguesa divulgam-se idéias procurando fazer com que os homens creiam que são desiguais por desejo próprio, isto é, os que honestamente trabalham enriquecem e os preguiçosos empobrecem (p. 54).

Tanto em Marcondes como em Peruzzo, fica evidente o caráter ideológico do uso da linguagem, que quando retomada através do discurso é problemática, pois estes usos ideológicos em Relações Públicas é que podem resistir à crise de identidade e posicionamento da área, sem lhe atribuir anteriormente as suas conceituações e aspectos metodológicos. As Relações Públicas devem evitar esta interpelação para manter sua eficácia. O critério para a interpelação crítica continua sendo a percepção de uma situação ideal de discurso, compreendida como uma situação ideal com base na norma e princípio da argumentação, condição primeira de possibilidade por todo o uso comunicativo da linguagem.

A partir dessa perspectiva crítica é possível uma análise da Comunicação – Relações Públicas com o objetivo de corresponder à necessidade fundamental de explicitação de suas concepções e práticas. As Relações Públicas devem sempre, e em primeiro lugar, considerar o sentido e a possibilidade de sua atividade, principalmente em uma contextualização histórica em que o reconhecimento da importância de determinada área do conhecimento está atrelado à necessidade que as pessoas têm dessa área.

Considerações Finais

Em Relações Públicas, realizada sob o pano de fundo de determinados fatores culturais, normativos e individuais que constituem o mundo da vida dos grupos sociais, as transformações são um curso lógico de acordo com a evolução das próprias relações de trabalho. Na especificidade da Comunicação - Relações Públicas, referimo-nos a uma estratégia de trabalho projetando-a como práxis educativa, em que Comunicação, Relações Públicas e interação caminham lado-a-lado. Este caminhar lado-a-lado traduz-nos a estrutura

comunicacional do trabalho em Relações Públicas que é mediatizada através das suas intervenções, via planejamento das ações, utilizando as funções e projetando-as com vistas ao entendimento.

Na prática, essa forma específica de trabalho em Relações Públicas corre o risco de ser suprimida por uma compreensão estratégica do seu fazer e pela exploração fruto do fator econômico nas suas realidades, levando-a a um trabalho meramente instrumental. Diante dessa exposição, o aspecto ideológico, que se desenvolve paralelamente às questões aqui trazidas, impõe as razões do agir comunicativo, a fim de transcender os aspectos meramente instrumentais e persuasivos de seu fazer.

Habermas nos leva a pensar que há uma relação entre saber e prática. Esta relação se evidencia no exercício do trabalho, no mundo da vida e através do agir estratégico, a fim de se evidenciar o agir comunicativo, no sentido de que o desenvolvimento dos modos de Comunicação – Relações Públicas se dê através das mais diversas formas, pois nos caracterizamos por vários saberes e olhares.

O mundo da vida é o conjunto de referências culturais de que os comunicadores – relações públicas se utilizam, a fim de constituir uma situação de ação, respeitando as linguagens, culturas, tradições e representações simbólicas que fazem parte do universo dos pares envolvidos.

Fazer Relações Públicas é, portanto, comunicar, educar, negociar e motivar com vistas ao entendimento, possibilitando um agir comunicativo. Esse processo promove ações que legitimam seu fazer, oportunizando a comunicação, enquanto uso prático da linguagem, em favor do entendimento entre os pares envolvidos.

Chegamos a essas considerações fundamentados na análise de referências teóricas desenvolvidas neste estudo: a Teoria da Ação Comunicativa de Habermas e a Teoria de Peruzzo, reconstruída a partir dos pressupostos do novo paradigma da comunicação, evidenciando concepções e práticas da área de Relações Públicas.

Desenvolver as amplas possibilidades da compreensão que Habermas propõe, impõe-se como um dos pontos-chave para a reflexão acerca de seus pressupostos, a fim de se estabelecer mecanismos comunicativos, apoiados na Comunicação Social e suas três habilitações, importantes na construção de sentidos do meio social. Junto com as tecnologias, há a necessidade de agregar uma dimensão educativa para reforçar o caráter das Relações Públicas, que é o de estabelecer a compreensão mútua, através da perspectiva do agir comunicativo nas áreas e nos setores de Comunicação.

Referências Bibliográficas

BOUFLEUER, José Pedro. **Pedagogia da ação comunicativa: uma leitura de Habermas**. Ijuí: UNIJUÍ, 1997.

_____. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

_____. **Pensamento pós-metafísico: estudos filosóficos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.

_____. **Teoria de la acción comunicativa**. Madrid: Taurus, 1987. Tomos I e II.

MARCONDES, Danilo. **Filosofia, linguagem e comunicação**. São Paulo: Cortez, 1992.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.