Ação Comunicacional nas Relações Públicas[1]

Sandra Nunes LEITE[2]
José Homero de Souza PIRES JÚNIOR[3]
Hyllane Maria Salgueiro LOPES[4]
Pollyanna Karine da Silva MARTINS[5]
Willian Lima MELO[6]

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL
Fundação Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS

Resumo

O artigo propõe uma reflexão em Relações Públicas, para a qual questiona sobre a possibilidade de apropriação teórica do estudo da ação comunicacional. Esta pode ser compreendida pela configuração de uma cadeia interacional em que se evidenciam ações e operações de campos sociais distintos e por onde trafegam representações e sucessivas transformações discursivas. Aborda alguns aspectos conceituais nas Relações Públicas. Discorre sobre a o sistema circulatório e sobre os campos sociais para chegar à ação comunicacional.

Palavras-chave: relações públicas; ação comunicacional; translação; campos sociais; espaço social.

Introdução

O conjunto brasileiro de produções científicas em Relações Públicas, de maneira geral, evidencia que a sua construção teórica ainda continua desafiando a academia, seja pelo caráter de definição filosófica, seja pelo caráter prático da profissão.

---

[1] Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Professora do Instituto de Ciências Humanas Comunicação e Artes - ICHCA-UFAL, email: snunesleite@gmail.com

[3] Professor da Fundação Universidade Federal de Pelotas - UFPEL, email: josehomeropires@gmail.com

[4] Aluna do curso de Comunicação Social do ICHCA-UFAL, email: lane.salgueiro@gmail.com

[5] Aluna do curso de Comunicação Social do ICHCA-UFAL, email: pollymartinns@gmail.com

[6] Aluno do curso de Comunicação Social do ICHCA-UFAL, email: willian_melo23@hotmail.com

Inspirado por tais perspectivas, este artigo tem como ponto de partida a seguinte indagação: Para a reflexão acerca das Relações Públicas é possível uma apropriação teórica do estudo da ação comunicacional?

Esta ação diz respeito a uma cadeia de interações que compreende os fluxos comunicacionais entre uma organização e "setores" da sociedade, para os quais as Relações Públicas destinam o termo "públicos".

Ao reconhecer-se como preponderante para as Relações Públicas o relacionamento harmonioso entre uma organização e seus públicos, necessariamente há que se vislumbrar a presença de instâncias de produção e de recepção discursiva. Isso assinala o direcionamento das Relações Públicas no que diz respeito à condução dos processos de comunicação corporativos.

Assim entendendo, não se percebe aqui o mercado, como na Administração, mas sim um espaço social que se compõe de protagonistas de diversos campos sociais e que carregam diferentes interesses e procedimentos.

Ou seja, há um coletivo e, portanto, uma mistura de preocupações e interesses políticos, culturais, simbólicos, econômicos, entre outros aspectos inerentes à vida em sociedade. É neste espaço social que circularão as características invisíveis do produto/serviço das organizações e onde se construirão representações e conexões que articulem o envolvimento dos públicos os quais são dotados da capacidade de criar, modificar, transladar seus vários e contraditórios interesses.

Com esta percepção preliminar e tencionando responder ao questionamento anteriormente apresentado, o artigo discorrerá, inicialmente, sobre alguns aspectos conceituais em Relações Públicas, no sentido de buscar entender a própria origem do termo a partir da dicotomia público-privado.

Em seguida, apresentamos a matriz teórica que sustenta o estudo da ação comunicacional, focalizando os circuitos interligados, descritos por Bruno Latour, e a teoria dos campos sociais, numa perspectiva dos estudos em comunicação.

A terceira parte do artigo se dedicará a elaborações baseadas nas construções até aí tecidas na tentativa de demonstrar como é possível, para as Relações Públicas, estabelecer apropriação teórica da matriz apresentada.

1 Alguns Aspectos Conceituais nas Relações Públicas

A relação da organização com diferentes tipos de pessoas, de organizações e de instituições tem se mostrado parte importante do núcleo conceitual em Relações

Públicas – pensamos aqui na área de estudo e no conceito nuclear que tem pertinência para o pesquisador e para o profissional de Relações Públicas.

A relação da organização varia assim de acordo com as diferenças entre pessoas, organizações e instituições. Essa variabilidade relacional aponta para uma teia social que é ordenadora e organizadora das relações da organização. Daí se pensar que a própria origem das relações públicas (do fenômeno ligado à atividade profissional) pode ser entendida no seio da sociedade, por entre a teia social que envolve a organização e sua demanda por relacionamentos, vínculos e interação comunicacional.

Tomando como ponto de referência a origem das relações públicas nos Estados Unidos, sublinha-se logo a simbolização de uma forma social e estatal de poder liberal capitalista em que foi criada a agência de relações públicas pelo pioneiro Ivy Lee. No contexto social liberal dos Estados Unidos originam-se então, curiosamente, as relações denominadas "públicas". A implicação que se faz aqui é a da dicotomia da esfera pública e da esfera privada: à primeira vista, há dicotomia pela implicação do nome (relações públicas) que remete a pensar na esfera pública, de um lado; por outro lado, pelo fato de que a tradição liberal (privatista) estadunidense ambientou o surgimento das relações públicas em organizações privadas. Essa implicação dicotômica entre o nome e a sua origem social necessita de algumas considerações históricas prévias.

Foi na Grécia clássica – também por força de ser ela o berço civilizatório ocidental – que se formou a dicotomia do público e do privado. Os cidadãos gregos, homens livres dotados do poder de decisão no espaço público, formavam uma sociedade de iguais em que as ideias, as argumentações opostas eram debatidas na ágora grega com a finalidade de se tomar coletivamente decisões sobre os destinos da pólis. Em contraste, na esfera privada, recolhia-se à vida doméstica uma sociedade dos desiguais, as mulheres, os escravos e os senhores livres. Pode-se ver que o espaço público foi destinado para a atividade política, em ambiente de igualdade, enquanto o espaço privado destinava-se à vida dos indivíduos em desigualdade. Note-se que, comparado a esse ponto de origem, é muito contrastante o que virá a ser a dicotomia do público e do privado em outros tempos históricos.

Na Grécia, a dicotomia se referia a atividades em ambientes sociais distintos: a atividade do poder (pública) e a atividade da vida doméstica (privada). As transformações sociais e históricas, as diferentes experiências de sociedades através do tempo levaram a dicotomia público/privado a uma cristalização em termos jurídicos. É durante o Império Romano, junto ao Direito Romano e com uma força definitiva na

história do Direito, que surge, por um lado, a regulação das relações de comércio, do patrimônio, da família, da capacidade civil; de outro lado, a regulação da vida política, do poder público frente ao indivíduo. Estão dadas assim as fronteiras definitivas para a clássica dicotomia do Direito Privado e do Direito Público, os dois grupos que abrigarão os diferentes ramos do Direito (civil, comercial, penal, etc.).

A grande e definitiva configuração da política e do público dá-se pelo surgimento do Estado Moderno, com a vida mercantil medieval ameaçada pela fragmentação institucional da Idade Média e com a necessidade de centralização do poder nas mãos do poder soberano, o Estado Nacional. Nesse tempo, emergem a ideia da dignidade da pessoa humana e o princípio da tolerância, que ganham sentido com as guerras religiosas e a pacificação social pela tolerância para com as diferenças de crenças e opiniões. Incorporam-se ao público da dicotomia o conceito de Estado Nacional na política e os princípios do Direito Público que o constituem, inclusive os que regulam a vida privada como o princípio de liberdade religiosa.

O processo de formação da dicotomia que estamos tentando delinear, com a brevidade aqui necessária, no objetivo de refletir sobre Relações Públicas, encontra seu ponto culminante no século XIX. É a época da codificação no Direito (os códigos civis), a ponto de que se considerava não mais o estudo do Direito Civil, mas o do código legal. O clímax da sociedade burguesa em face do Estado liberal aparece quando se cristalizam as relações privadas no código legal (o mais célebre é o Código Napoleônico) e se fixam as atividades políticas e culturais da burguesia. As atividades políticas e culturais burguesas são crescentes na vida do Estado liberal e da sociedade (civil). A própria constituição do conceito de sociedade civil – que acompanhará a dicotomia público-privado nos termos de sociedade civil-Estado – deriva da sociedade burguesa denominada assim no contexto da língua alemã com o pensamento social de Karl Marx.

A liberdade religiosa serviu de sedimento ideológico para as liberdades civis, a liberdade de opinião e de expressão ao nível da individualidade – trata-se de uma individualidade privada (burguesa) em que se expressa o princípio da autonomia da vontade livre. A vida cultural dos cafés literários, da imprensa, da panfletagem política constituiu uma nova circulação social de ideias e opiniões que se concebiam no exercício das liberdades civis individuais. Tal circulação social ("pública" no seu caráter generalizante, assim como é geral o público-estatal) permitiu a passagem da autonomia do indivíduo para uma similar autonomia das organizações. A liberdade civil individual

alcançou êxito maior com a liberdade organizacional. É desse processo que surge uma sociedade civil organizada, organizações civis empresárias ou não, com interesse político e cultural em face do Estado, capaz de conceber e implantar um liberalismo estatal. O Estado liberal abriga a oposição público-privado que permite um peso maior do termo *privado* como delimitador e definidor do termo *público*. Se esse peso do privado é maior quanto aos interesses da sociedade civil frente ao público-estatal, no que concerne ao processo político-social o peso maior é exercido pelo *público* representado na dicotomia, no sentido de que o significado público reside na circulação de ideias e opiniões, na publicização ampla do processo político e social.

A complexificação da vida urbana (migrações para as cidades), as massas sociais e a formação de novos agrupamentos humanos ("públicos"), a necessidade de lideranças sociais e políticas, a formação da *opinião pública* – lugar de tensão política entre diversos elementos do público e do privado segundo a forma Estado *versus* sociedade – a nova circulação social pelos meios de comunicação que instauram a prática regular do poder da comunicação (poder individual e organizacional) são alguns dos elementos de um processo complexo que se pode denominar de *processo de representação social*.

É no âmbito desse processo que as relações públicas podem ser concebidas a partir de um poder de comunicação que se exerce dentro da circulação social instaurada pela forma histórica Estado-sociedade (incluindo uma miríade de formas: organização estatal; organizações privadas; indivíduos; grupos; instituições, etc.). As relações públicas, em suas especificidades, podem ajudar na reflexão sobre a generalidade do processo. Para tanto, consideremos as relações públicas como *ação comunicacional* que se produz no processo de representação social.

2 Os Circuitos Interligados e os Campos Sociais

O estudo da ação comunicacional[7] a que se refere este artigo está fundado em duas matrizes teóricas: uma percebe a cadeia de translação e o sistema circulatório da ciência (Bruno Latour). A outra está situada na teoria dos campos sociais (perspectiva dos estudos em comunicação), uma vez que é enfatizada a noção de mediação, tendo em vista realizações que se efetivam por um conjunto de protagonistas que constituem as instituições sociais.

[7] O estudo da ação comunicacional foi objeto de tese de doutorado, defendida por LEITE, S. N. na Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, sob orientação do Prof. Dr. José Luiz Braga, em 2006.

2.1 A noção de translação nos circuitos da organização

É certo que Latour observa, descreve e analisa a questão da produção dos fatos científicos. Não se trata aqui de descrever, em detalhes, o construto deste autor, mas apresentar uma apropriação do conhecimento por ele elaborado na sua busca por entender a produção e a circulação daqueles fatos, sem isolamento de suas partes (mente e corpo/texto e contexto).

Seguindo a linha de Latour, reconhecemos a presença da organização e diferentes protagonistas interconectados para a efetivação de relações "harmoniosas", levando-se em consideração os diferentes e contraditórios interesses destes elementos e a circulação de fatos e sentidos produzidos nestas relações.

Para o nosso estudo tomemos como protagonista aparentemente desencadeador do fato social a organização. Seu produto, serviço ou ideia, inicialmente e seguindo a lógica das organizações, está localizado no mercado, se observarmos segundo o olhar da Administração.

Há, nesta perspectiva, uma relação entre a organização e o mercado. Uma relação definida pela produção de um objeto ou serviço que se evidencia na comercialização. Na produção há um conjunto de articulações que se operam entre diferentes agentes, o que caracteriza etapas que se processam "dentro" da organização. Para que a produção circule no mercado é necessário que este produto se torne o resultado de outras vinculações e atividades heterogêneas que lhe permitam sair da "fábrica". Este poderia ser entendido como o conteúdo conceitual das organizações.

Para uma outra perspectiva, a das Relações Públicas, necessitaríamos buscar entender estas vinculações entre organização e mercado, ou melhor, entre organização e sociedade como campos de mediação e que, portanto, requerem uma combinação de diferentes atividades que vinculam as várias esferas representativas do acordo modernista (Natureza [fora], Mente [dentro], Sociedade [embaixo], Deus [em cima]).

Ou seja, visualizamos uma teia de operações, o cruzamento de diferentes campos sociais e uma diversidade de túneis por quais se estabelecem diferentes fluxos de relações. Neste emaranhado de operações consideramos que os sentidos transladam quando percorrem os diferentes campos sociais. A cadeia de translação (ou o circuito) enunciada por Latour demonstra que esta consiste em combinar diferentes e individuais

interesses. Num momento seguinte, esta combinação vai desembocar num único objetivo composto, que tem por representação a transformação daquele objeto mercadológico num produto social.

> Percebemos que a ideia de fluxo e vínculo (interação) está sempre presente: circulação, circuito, translação. Através do 'circuito' não se vê 'dentro' e 'fora' como o modelo informacional que identifica os elementos de 'entrada' e 'saída', mas circunscreve-se uma corrente de aspectos que se interligam para a realização da produção. Os elementos e aspectos, então, fazem parte de um mesmo circuito (LEITE, 2009, p. 88).

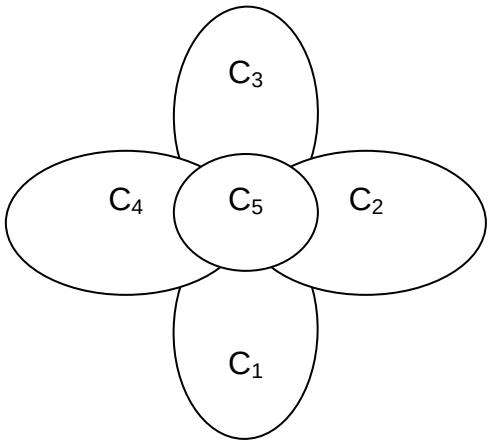
Latour fala de translação para "indicar deslocamento, tendência, invenção, mediação, criação de um vínculo que não existia e que, até certo ponto, modifica os dois originais" (LATOUR, 2001, p. 206).

Ou seja, para ele a mediação ocorre por translação, quando dois pontos (protagonistas nas relações organização-sociedade) diferentes e distanciados, a princípio, passam a constituir, juntos, uma nova proposição, evidenciando, em momentos seguintes, transformações sucessivas.

2.2 O Sistema Circulatório nas Relações Públicas

Conformando a teorização do Sistema Circulatório da Ciência, defendido por Bruno Latour, ao nosso estudo em Relações Públicas, diremos que os fatos corporativos demonstram vários fluxos – "laços surpreendentes e heterogêneos" – que mantêm sua existência, considerando o núcleo e o contexto das organizações.

Com a ideia de sistema circulatório desenham-se cinco circuitos e as vinculações entre o conteúdo conceitual e demais laços surpreendentes de que se valem as Relações Públicas na rede interacional. Estes circuitos, dispostos num modelo helicoidal (e não celular cuja nucleação aparece desvinculada do seu entorno), evidenciam as conexões entre núcleo e contexto. Este modelo determina um delineamento de quatro circuitos em forma de hélice e um circuito circular central, todos intersecionados por linhas que representam fluxos, conforme figura a seguir (LATOUR, 2001, p. 129).



O primeiro circuito (C_1) trata da *mobilização do mundo*. Este mundo é por nós entendido como o mundo da natureza [fora], ou o mundo da sociedade, nas organizações), onde são capturadas – através de levantamentos, expedições, instrumentos e equipamentos – as questões de mercado/pesquisa e levadas ao "laboratório", onde giram em torno dos produtores e onde se transformam em constituintes úteis ao debate.

Estes constituintes combinados e seguindo o fluxo regular para sair do lugar de produção faz conexão com um outro caminho da circulação, o segundo circuito (C_2) ou aquele que trata da *autonomização* e está mais relacionado à apresentação da produção discursiva ainda no âmbito interno das organizações.

O terceiro circuito (C_3) refere-se às *alianças* e outras interações que precisam ser estabelecidas com os públicos para atrair o interesse destes sobre as atividades da organização.

Parafraseando Latour (2001, p. 122), quando fala da publicização dos fatos científicos, diríamos que sem o empenho de tornar o público interessado, os outros circuitos nada mais seriam que uma viagem imaginária. Este circuito refere-se, portanto, à inserção da organização num contexto mais amplo em que se pressupõe a necessidade do envolvimento de um conjunto de outros "elementos" sociais que se constituem como os interesses alheios e as testemunhas essenciais para a vida da organização e que, desta forma, podem dar sustentação ao desenvolvimento de suas atividades.

O quarto circuito (C_4) diz respeito à *representação pública*, segundo a qual se identificam as interações com um "mundo exterior formado por civis: repórteres, pânditas e pessoas comuns" (um contexto ainda mais amplo). São as vinculações da organização com a sociedade, sem especificações pontuais, mas com a percepção de que esta (a organização) é uma instância do espaço social dentro do qual interage com uma diversidade de interesses, conflitos e expectativas de diferentes elementos deste espaço. Há, assim, um "mundo" exterior a que chamamos de esfera social. Esta é possuidora de propriedades diferentes, mas que traz opiniões e necessidades que podem intervir na atividade corporativa.

O *conteúdo conceitual*, como quinto circuito (C_5) do sistema circulatório, corresponde ao coração (sentido da anatomia) de onde partem os fluxos e para onde se destinam os fluxos correspondentes aos demais circuitos deste sistema. É, portanto, o círculo de *vínculos e nós* que não separa o conteúdo conceitual de seu contexto *(demais circuitos)*.

Assim entendendo as organizações como lugar de atividade das Relações Públicas, consideramos a necessidade de perceber por conteúdo conceitual da organização não o produto/serviço comercializável, mas a produção simbólica capaz de constituir a própria ação para a permanência da organização atravessada nos diversos campos sociais.

2.3 Campos Sociais

A relação organização – sociedade, ou organização – públicos, delineia um espaço de interesses significativos em que os processos interacionais são potencializados por seus agentes. Esta teia de interações é capaz de redirecionar transformações nas substâncias do próprio conteúdo conceitual no âmbito social.

Ou seja, tem-se a perspectiva de que se aliam os diferentes agentes às translações de seus princípios e interesses necessários ao universo intermediário (espaço de relações entre a organização e a sociedade), consituindo-se também num espaço de circulação. Neste universo intermediário não há um sentido único, mas sentidos que vão permeando várias ofertas especialmente a sócio-simbólica.

Mais simplesmente, poderíamos configurar, de um lado, a organização. De outro lado, a sociedade (ou grupos desta sociedade). Entre eles há uma combinatória de ações que vão caracterizar a mediação (ou translação).

Se pensarmos a organização como parte de um mercado, consideraremos uma relação num ambiente que requer operações ofensivas e defensivas que se adaptem ao desenvolvimento e consolidação de um produto.

Mas, se observarmos por uma perspectiva que focaliza esta organização como integrante da esfera social, por onde trafegam os fluxos de comunicação determinantes do processo social observado, entenderemos que aí se processam interações que articulam diferentes campos sociais (ou setores da sociedade).

Na concepção de Bourdieu (2002), a configuração da sociedade, por ser diferenciada, não forma uma totalidade única, mas se compõe por espaços que detêm relativa autonomia. Por isso, a sociedade não pode ser percebida por uma lógica social única. O autor nos remete à noção de campo que ele define como um sistema estruturado de forças objetivas que detêm uma configuração relacional na esfera social.

Aproximando-se da ideia de campo magnético, cada campo social é detentor de uma lógica, podendo impor esta lógica a outros elementos que nele penetrem. Atravessar diferentes campos requer, desta forma, habilidades que acabam por encontrar nas

Relações Públicas caminhos para a mobilização interacional que definem uma mediação específica.

Ou seja, tal mobilização para a interação se dá por operações (ações) que se valem das mediações. Não defendemos aqui que a comunicação (as Relações Públicas) é sozinha responsável pelas transformações, pois concordamos com o que diz Braga (prefaciando LEITE, 2009) quando considera que "A comunicação nunca está sozinha, nem tem o condão de mudar, isolada, processos sociais. Mas faz parte intrínseca destes e, na sua realização concreta, transforma". Podemos dizer também que a comunicação não está isenta das ações resultantes das interações entre os diversos elementos das esferas Natureza (fora), Mente (dentro), Deus (em cima), Sociedade (embaixo), mas percebe o espaço social em que estão inscritos estes elementos.

Este espaço social, segundo Bourdieu (2004), é um espaço de relações de força e de dominação em que estão circunscritos os agentes que o criaram. Estes seguem um conjunto de princípios que revelam a estrutura das relações objetivas estabelecidas entre eles. Diríamos que este espaço é marcado por negociações e por conflitos capazes de provocar modificações nas posições dos seus protagonistas.

Considerações

Para definirmos a ação comunicacional de determinada organização é necessário partir da própria ação da organização. Esta última carrega em si o conteúdo conceitual anteriormente comentado. Assim, caracterizaríamos tal conteúdo como a finalidade da organização, ou seja, o motivo que a fez nascer e que a mentem no mercado (seu produto ou serviço).

A ação comunicacional da organização traz a perspectiva que alia os diferentes agentes às translações de seus princípios e interesses necessários à criação de um universo intermediário em que se processam as relações entre ela e seus públicos.

Podemos, desta forma, perceber este universo como um espaço de interação entre os diferentes campos, onde são elaborados e ofertados, pela ação comunicacional, diferentes sentidos que permearão as várias esferas (naturais, culturais, econômicas, etc), especialmente a sócio-simbólica.

As ações comunicacionais das relações públicas podem ser vistas de modo monodirecional (quando vistas da organização para a sociedade ou vice-versa) ou multidirecional, como no espaço intermediário de translação entre campos sociais. Os

interesses organizacionais mais imediatos, de intervenção direta na sociedade, tendem a adotar a visão monodirecional e a crença de que a eficácia simbólica das ações acontece nos termos da comunicação estratégica. Quando vistas de modo multidirecional, as ações comunicacionais das relações públicas não partem, simplesmente, da organização e dos seus interesses imediatos, mas partem e compartilham de um espaço social intermediário no âmbito do qual se encontra o lugar da organização entre os distintos campos sociais.

Sendo assim, há que se conceber esta ação como o resultado, assim como o motivo de relações/interações entre diferentes campos. Ela também provoca movimentos dentro de seu próprio "ambiente" e deve ser entendida e analisada na diversidade que a compõe e de acordo com a heterogeneidade de agentes e estratégias, linguagens, lógicas, objetivos, termos e sentidos entrelaçados numa dinâmica circular.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. **Pierre Bourdieu** entrevistado por Maria Andréa Loyola. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência***:* por uma sociologia do campo científico. Tradução de Denice Barbara Catani. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

LATOUR, B. **A esperança de Pandora**: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru/SP: EDUSC, 2001.

LEITE, S. N. **A lógica midiática na ação comunicacional da inovação**. Maceió: EUFAL, 2009.