

RELAÇÕES PÚBLICAS E SUAS APROXIMAÇÕES COM O CONCEITO DE DISPOSITIVO: GESTÃO DO PODER NA COMUNICAÇÃO

Giovanna Mendonça Cozzetti¹

Lucas Nibbering Alves da Silva²

Resumo

A partir da trajetória histórica das relações públicas, será analisada a constituição da atividade enquanto um dispositivo, por meio da rede de elementos que a compõe, disciplina e delimita. Para tanto, o presente artigo se apoia nas noções foucaultianas de dispositivo e poder, de modo a desvelar as implicações dessa estrutura nas práticas das relações públicas, especialmente no que se refere à sua dimensão ética e às relações de forças na defesa e conciliação de interesses de públicos e organizações. Consideramos, por fim, a viabilização de uma prática da profissão que se volte à qualidade democrática e seja emancipatória enquanto balizadora desses processos de negociação.

Palavras-chave: *Relações Públicas; Dispositivo; Poder; Subjetivação.*

INTRODUÇÃO

O percurso histórico das relações públicas aponta para uma prática profissional dedicada à defesa, negociação e conciliação de interesses, sob uma perspectiva funcionalista e mais alheia à responsabilidade social. Mas a trajetória evolutiva do campo e a complexificação dos relacionamentos na esfera pública as levaram à adoção de posições mais críticas, sem excluir as necessidades inerentes de defesa de sua relevância às organizações e à sociedade. Ao mesmo tempo que o engajamento social, cultural e político das relações públicas se intensificou, a elas foram adicionadas narrativas multi e

¹ Graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela ECA-USP. E-mail: gicozzetti@alumni.usp.br.

² Graduado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela ECA-USP. E-mail: lucasnibbering@alumni.usp.br.

interculturais (KUNSCH, 2017), e competências estratégicas e técnicas cada vez mais sofisticadas e atentas às demandas, nunca sem o elemento das contradições.

Assim, refletimos acerca da seguinte questão: as relações públicas podem ser consideradas um dispositivo, no sentido foucaultiano do conceito? Mais além, também refletiremos acerca da possibilidade das relações públicas constituírem um contradispositivo. É a partir da trajetória das relações públicas, especialmente desde o final do século XIX e início do XX, de práticas como o *branding* e o *lobby* e a administração da (des)informação nas e das organizações, assim como das disputas narrativas das quais são partícipes e formuladoras, que se busca enquadrar a profissão como um dispositivo de saber e poder. Isto porque ela mobiliza as especialidades que detêm e sofisticam nas relações de forças em que estão implicadas, seja no que é intrínseco aos debates do campo, seja no exercício da profissão em apoio à consecução dos mais diversos objetivos organizacionais, sem perder de vista aqueles dos públicos de interesse.

As relações públicas estão sempre presentes nas lutas por poder, mesmo nas mais cotidianas, e exercem um papel relevante como mediadoras e balizadoras dessas lutas, além de interpenetrarem objetiva e subjetivamente as vidas dos sujeitos. Prova disso são as campanhas institucionais que estimulam determinados *pathos* que, não obstante, ainda que dotados de intencionalidades e cientes de suas limitações, desembocam em modos de agir: tomar parte na defesa de políticas públicas ou comprar um determinado produto, por exemplo. Daí sua potencial formação como dispositivo.

Outro aspecto importante é que, ao se estruturarem como tal, as relações públicas participam da construção do sistema simbólico e classificatório de poluição e pureza (DOUGLAS, 2014, p. 49-50), e dos rituais e mitos organizacionais e institucionais que dão forma à realidade social. Isto é observado nas narrativas que circulam no debate público e nas atividades práticas profissionais de gestão de imagem e reputação, por exemplo, mas também em processos de comunicação interna e na apropriação de narrativas diversas em favor dos interesses defendidos no âmbito de atuação.

A seguir, trazemos à tona alguns aspectos que julgamos relevantes na trajetória das relações públicas considerando o escopo de análise delimitado. Em seguida, explicamos o conceito foucaultiano de dispositivo e, finalmente, identificamos alguns elementos da história e das práticas profissionais para iniciar a composição da rede de saber e poder em questão. Sinalizamos que tal discussão não se esgota neste artigo, mas pretende contribuir

para o pensamento teórico das Relações Públicas, além de estimular aprofundamentos nas investigações acerca das relações públicas enquanto um dispositivo.

DISCUSSÕES ACERCA DA ORIGEM HISTÓRICA DA ATIVIDADE DE RELAÇÕES PÚBLICAS

A fixação de um marco único e universal para o surgimento da atividade de relações públicas constituiria um reducionismo, pois além das controvérsias circundantes e da ausência de consenso, múltiplos são os possíveis desencadeadores do estudo e da aplicação das atividades de relações públicas globalmente. Aspectos do desenvolvimento tecnológico da sociedade detêm especial relevância no sentido de propiciar a prática de relações públicas, como a invenção da prensa de Gutenberg (século XV), democratizadora da leitura e viabilizadora de discussões ampliadas, com reflexos na opinião pública.

Em linha com as transformações sociais advindas do desenvolvimento tecnológico, é de especial relevância ressaltar a Revolução Industrial, citada por Grunig e Hunt (1984) como importante marco para a atividade de relações públicas, uma vez que dela foi advinda a preocupação do empresariado com sua imagem e reputação perante a opinião pública. Pelas constantes greves de trabalhadores da indústria, “surgiram as primeiras atividades de relações públicas como fruto de um contexto político, econômico e social que permeava a sociedade norte-americana” (FERRARI, 2011, p. 181).

Em linha, para Farias (2009, p. 49), um ponto chave na história das relações públicas é constituído, justamente, pela necessária busca pelo apoio da opinião pública por parte do empresariado notório entre os séculos XIX e XX, como efeito das relações complicadas que detinham com os públicos, incluindo a imprensa. Relações resultantes em constantes crises e em imagem e reputação negativas, bem como em opinião pública desfavorável, reflexo da insatisfação dos públicos, que gerava impactos financeiros como perda de lucratividade e de rendimentos - resultado oposto aos seus interesses. Nessa seara, as embrionárias aplicações das relações públicas partiram da preocupação da indústria com o ataque do governo e de escritores (CANFIELD, 1970, p. 22), em linha com a constatada necessidade, por parte do empresariado, de estabelecer bons relacionamentos com todos os públicos de interesse para o bom funcionamento de suas organizações (BARQUERO; BARQUERO, 2001, p. 129).

Nesse sentido, um “serviço de imprensa” pioneiro foi concebido por Ivy Lee e George Parker em 1906 – a agência Parker & Lee (KUNSCH, 2009, p. 9), para suprir a

demanda gerada a partir da exploração dos trabalhadores pelos *robbers barons*³. Lee se destaca, em 1914, por sua atuação como consultor do empresário John Rockefeller Jr (KUNSCH, 2009, p. 9), que, até então impopular (PERUZZO, 1986), deveria se tornar positivamente percebido. O pioneirismo de Lee constituiu importantes bases ao campo das Relações Públicas, como a introdução de “uma nova corrente que tratava da comunicação como uma nova filosofia organizacional” (FERRARI, 2011, p. 182). Lee tratou a imprensa com relevância, o que não era comum nas estratégias empresariais (FARIAS, 2011, p. 110), uma vez que os empresários evitavam o envolvimento com os meios de comunicação e com os *muckrakers*⁴.

Ao operar com a instância imagética e formatar vedetes, na lógica da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997), demonstra-se o anseio pela criação de mitos, que operam pela significação mítica arbitrária e motivada (BARTHES, 2019) - em suas nuances demonstrando as prescrições delimitadoras da atividade, bem como os interesses deliberados. Vemos, na aplicação das técnicas e estratégias de relações públicas em favor do ascendente empresariado, no contexto da Revolução Industrial, que uma das reconhecidas práticas esteve plenamente vinculada ao uso do discurso para manipulação pela introjeção de uma ideologia e da criação de efeitos de sentido (GREGOLIN, 2007), conforme anseio dos grupos hegemônicos e para controle dos dissidentes. O próprio desenvolvimento do campo acadêmico, marcado pela figura de Edwards Bernays⁵, assinala a valoração conferida à potencialidade de formatação da opinião pública, além do drible ao desprestígio pela via do reconhecimento público (KUNSCH, 2006).

AS RELAÇÕES PÚBLICAS EM CENÁRIO BRASILEIRO

No Brasil, as relações públicas são introduzidas com as empresas multinacionais, especialmente as de origem estadunidense e canadense (ATHAYDES, 2008, p. 288). Uma delas, a The Light and Power Co. Ltda, de 1914, reserva o marco de ser a primeira a instaurar um departamento de Relações Públicas em território nacional, sob responsabilidade de Eduardo Pinheiro Lobo. Nota-se a manutenção da vinculação da atividade com o contexto estadunidense e empresarial, o que a fez incorporar muitos

³ Expressão utilizada para referir-se aos empresários que se tornaram milionários pela exploração da população trabalhadora, com o qual mantinham relações nada saudáveis (FERRARI, 2011, p. 182-183).

⁴ Como se referiam a jornalistas pejorativamente tidos como “caçadores de escândalos” (FERRARI, 2011, p. 182).

⁵ Autor da primeira obra da área, lançada em 1923, denominada *Crystallizing public opinion*.

aspectos característicos de suas primeiras ocorrências, como a relevância da formatação de opinião pública favorável.

No Brasil, contribuíram para a formalização e ampliação do reconhecimento das relações públicas a criação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) em 1954, como uma iniciativa no sentido da oficialização e regulamentação da profissão (GURGEL, 1985, p. 35). Ademais, em 1967, a promulgação da Lei 5.377, regulamentada pelo Decreto nº 63.283 no ano subsequente, disciplinou a profissão de relações-públicas. No mesmo ano, foi criado o primeiro curso de graduação do país, pela Escola de Comunicações e Artes da USP. Nesse sentido, destaca-se Cândido Teobaldo de Souza Andrade, cofundador do curso de graduação, autor do primeiro trabalho acadêmico da área de Relações Públicas, além de primeiro doutor e livre-docente brasileiro, pioneiro na construção do pensamento brasileiro em Relações Públicas.

Também em 1967, foi fundada a Aberje, por Nilo Luchetti, para aproximar as corporações que praticavam relações públicas do setor acadêmico, e reconhecer e premiar trabalhos de excelência na área de comunicação empresarial (NASSAR; FARIAS; OLIVEIRA, 2016, p. 154-155). Em 1971, como mais uma maneira de formalizar, organizar e supervisionar as práticas, são criados os Conselhos Federais e Regionais de Profissionais de Relações Públicas (Conferp e Conrerp's, respectivamente), capazes de emitir o registro profissional (NASSAR; FARIAS; OLIVEIRA, 2016, p. 154).

Quanto ao saber acadêmico, as novas Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Públicas⁶ constituem importante instrumento para garantir a provisão dos conhecimentos necessários e com a qualidade requerida para a formação profissional. Tendo o mercado de relações públicas sido introduzido pelas multinacionais, seu fomento ocorreu especialmente a partir da década de 1970 (FARIAS, 2009, p. 51), em linha com um crescente interesse pela atividade, o que não implicou, necessariamente, em acréscimo de qualidade. De acordo com Kunsch (2003, p. 48),

a implantação inconsequente dos cursos de Relações Públicas no Brasil, a partir da década de 1970, se caracterizou pela improvisação e pela falta de critérios institucionais adequados que assegurassem qualidade de ensino e sintonia com as demandas sociais e do mercado profissional.

⁶ As novas Diretrizes Curriculares Nacionais foram delineadas por uma comissão de especialistas em 2010 e promulgadas pelo MEC em 2013

Não obstante, a atividade de relações públicas também não detinha conotação positiva, por conta de sua intensa subserviência ao regime militar, em seu interesse por “restringir e controlar o direito à liberdade de expressão e das relações sociais” (NASSAR; FARIAS; OLIVEIRA, 2016, p. 154). Observa-se que, naquele momento, as relações públicas foram mobilizadas explicitamente pela lógica do espetáculo concentrado (DEBORD, 1997, p. 42), visando à coesão do autoritarismo militar, bem como participaram da solidificação de mitos que perduram até hoje como modelo exemplar no imaginário da sociedade brasileira, quando da defesa - por alguns - de um retorno ao regime ditatorial.

É próprio dos mitos, conforme sabemos desde Barthes (2019), parasitar os sentidos históricos e deformá-los, enquanto constituem-se como símbolos de valores dominantes, num processo pelo qual a ideologia dominante é naturalizada e universalizada. Nesse sentido, as relações públicas, pela via discursiva e considerando a relação intrínseca do discurso com o poder (FOUCAULT, 2014), participam ativamente do processo de curadoria e (des)naturalização de narrativas a depender dos interesses aos quais subservem, seja em contexto organizacional ou macro, na sociedade.

Findado o período da ditadura militar, as relações públicas brasileiras enfrentaram uma crise de identidade (ATHAYDES, 2008, p. 291), uma vez que, de maneira latente, a população passou a exigir mais transparência dos governos e empresas (NASSAR; FARIAS; OLIVEIRA, 2016, p. 155), o que, obviamente, tornou a percepção da abordagem de informação pública, com caráter manipulatório e disciplinador, e sem atenção aos *feedbacks* dos públicos, nada menos do que insuficiente. Após décadas de existência, o amadurecimento das Relações Públicas, tanto pela intensificação das práticas quanto pelo acréscimo qualitativo e quantitativo referencial, as fez adotarem um caráter mais estratégico (FARIAS, 2009, p. 49) e serem cada vez mais valorizadas em âmbito nacional (KUNSCH, 2006).

O DISPOSITIVO: PODER, SABER, SUBJETIVAÇÃO

Dando seguimento à reflexão a respeito das relações públicas como um dispositivo, é preciso, evidentemente, discorrer acerca deste conceito. Não se trata da descrição de uma definição marcadamente específica, mas de um conjunto de características propostas por Foucault (2019, p. 364-368), que nos permitem utilizá-lo como metodologia de análise e

enquadramento. Verifica-se, desde aí, que há uma diversidade de elementos constitutivos dos dispositivos, assim como as respostas elaboradas por eles quando submetidos a transformações nas esferas da vida em que exercem domínio.

É interessante mencionar as três dimensões do pensamento foucaultiano - poder, saber e subjetivação -, conforme nos explica Deleuze (2013, p. 127; 145): o saber, enquanto um conjunto de “regras codificadas” e uma “relação entre formas”; o poder como uma “relação da força com outras forças”; e, por fim, a subjetivação como “regras facultativas” aplicadas na “relação a si.” Esses elementos não atuam separadamente, mas circulam e acontecem em complementaridade. O saber de uma pessoa que pratica a medicina sustenta a relação de forças entre médico/médica e paciente; este ou esta, por sua vez, inquire-se a respeito de seu próprio estilo de vida à luz das prescrições médicas, por exemplo.

Segundo Foucault (2019, p. 367), “o dispositivo, portanto, está sempre inscrito em um jogo de poder, estando sempre, no entanto, ligado a uma ou a configurações de saber que dele nascem, mas que igualmente o condicionam.” Nessa trama de saber e poder, estabelecem-se os modos de subjetivação, ou seja, do exercício do domínio e da soberania de si, da auto-inquisição, do pensamento de si como meio para a constituição de um si pensável. Evitando rodeios tautológicos, trata-se da elaboração de modos de existência nas dimensões ética e estética da vida (DELEUZE, 2013, p. 127), desde uma ascética às ações propriamente ditas e que derivam dessas reflexões.

O filósofo fala de um “conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas” (FOUCAULT, 2019, p. 364), que compreende o dito e o não dito. Outro aspecto importante é a análise das relações que esses elementos estabelecem entre si: se constituem estratégias de justificativa, interdição, inquisição, mascaramento ou evolução de uma prática, entre outras. Finalmente, é imprescindível considerar que o dispositivo, ao “responder a uma urgência”, ocupa também uma “função estratégica dominante” (FOUCAULT, 2019, p. 365).

Ou seja, estamos diante de uma rede de elementos com formas diversas, que exercem relações de força e complementaridade entre si, mas que prescrevem subjetivações e, não obstante, transformam-se ao longo da história para responder às demandas contextuais e contingenciais a fim de assegurar seu domínio sobre as diferentes

esferas da vida. Podemos, então, nos perguntar: quais elementos fazem parte da rede que constitui as relações públicas como um dispositivo? A que tipos de demandas elas respondem e quais embates organizam pelas forças que mobilizam? Quais aspectos da história da profissão caracterizam seu caráter como um dispositivo, no modo como circulam saber e poder? Agamben (2005) extrapola a noção de dispositivo ao, antes disso, aprofundá-la a partir da investigação etimológica do termo: da *oikonomia* como administração da casa, ou seja, uma espécie de gestão da vida, passando pelo sentido teológico cristão da provisão por uma economia divina, e culminando na tradução dos padres latinos como *Dispositio*, portanto, dispositivo.

Assim, não podemos ignorar que a gênese do conceito explica o dispositivo como a constituição de um aparato de domínio, administração, governo da vida; e, por que não, de mediação, no âmbito da comunicação, já que tratamos de situações a todo o tempo permeadas por discursos e subjetivações - narrativas da experiência e da existência, que renderizam percepções de si e do mundo. Daí que, segundo o filósofo italiano, o dispositivo seja “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (AGAMBEN, 2005, p. 13).

Trata-se, talvez, de um apanhado demasiado abrangente, mas que recupera sua pertinência quando Agamben se volta aos processos de dessubjetivação. Como “máquina que produz subjetivações” e “máquina de governo”, o dispositivo visa à criação de corpos dóceis, “mas livres, que assumem a sua identidade e a sua ‘liberdade’ enquanto sujeitos no processo mesmo de seu assujeitamento”. Mas, na contemporaneidade capitalista, a infundável proliferação de dispositivos sequer abre espaço à formação de novos sujeitos e subjetivações (AGAMBEN, 2005, p. 14-15). Pelo contrário, resulta em uma vida cada vez mais controlada e comandada pelo que Gregolin (2007, p. 21) chamaria de “subjetividades-clone” e Benjamin (2017) de vivência do choque. Neste sentido, levantamos outras perguntas: como as relações públicas têm direcionado suas práticas a possíveis dessubjetivações (pelo excesso de “comunicações”) ou, por outro lado, de que maneira podem exercer o papel do que Agamben (2005, p. 14) chama de “contradispositivo”, capaz de restituir à esfera comum aquilo que foi separado de si: as possibilidades de pensar novos modos de existência ética e estética?

RELAÇÕES PÚBLICAS COMO DISPOSITIVO: A REDE DE ELEMENTOS

Observa-se, desde o início, o uso das relações públicas em apoio aos negócios corporativos e, assim, ao centro mais hegemônico do poder. Mas, as evoluções pelas quais a profissão passou ao longo de sua história permitiram-lhe aplicar-se a diferentes tipos de organizações, como as governamentais e do terceiro setor, propiciando uma prática cada vez mais alinhada aos ideais democráticos. Às relações públicas, conforme defende Simões (1995), cabe a gestão da função política nas organizações, considerada essência da atividade. Isso significa que, o trabalho com a formatação da instância simbólica, que compreende a dimensão da imagem e da reputação da organização, intrinsecamente relacionadas aos discursos que a partir dela circulam, intenciona obter legitimidade e confiança dos públicos, bem como demonstrar interesses alinhados e coerentes com as demandas - mesmo quando essas questões não encontram respaldo na dimensão do real.

Enquanto dispositivo, elas delimitam aquilo que, no debate público – e mesmo nas relações públicas cotidianas –, será marcado como puro ou impuro (DOUGLAS, 2014), e exercem como prerrogativa um processo de purificação de imagens e reputações de organizações, instituições, e personalidades. É também nessa esfera que são capazes de legitimar aquilo que é ou não relevante. Mas sofrem, em contrapartida, condicionamentos impostos pelos próprios elementos que as constituem como tal, uma vez que o repertório deontológico e as delimitações curriculares orientam a práxis do campo de acordo com noções de oposição, seja do ponto de vista do ético e do não ético, ou daquilo que compete à atuação profissional ou não, de acordo com as regulações e expectativas que se impõem.

As relações públicas também detêm o poder de salvaguardar e mobilizar as histórias e memórias organizacionais e institucionais, por meio de exercícios curatoriais e da reiteração das narrativas míticas fundantes das cosmogonias (ELIADE, 1992) desses organismos, que, não obstante, estendem sobre a sociedade o conjunto de valores ao compartilhar com ela uma visão intencionada. Lembremos da concepção de poder de Foucault (2019, p. 284): ele circula e funciona em cadeia, não apenas de cima para baixo, e pelo caminho contrário. Daí que, ao avançar no tempo, a profissão tenha passado a atuar na defesa de interesses também muito variados, processo que foi acompanhado do aumento da preocupação e da cobrança por práticas de responsabilidade social, governança e *accountability*.

Não se deve esquecer os esforços, principalmente desde os anos 1960, em estabelecer as bases de um código de ética para a profissão. Um exemplo é o Código de

Atenas, além do Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, publicado pelo Conferp, que resguardam os direitos humanos como fundamentos. Isto é interessante pois esses documentos, bem como o próprio Sistema Conferp⁷, são fundamentais à rede de elementos que constitui as relações públicas como um dispositivo, uma vez que regulamentam e delimitam o escopo de sua existência e extensão. Ao mesmo tempo, submetem profissionais, estudantes e outras pessoas envolvidas com a área a subjetivações específicas de acordo com o que é esperado de sua práxis. Em âmbito mais abrangente, permitem articular, fomentar e circular discursos que moldam a opinião pública, mesmo com os sentidos em disputa.

Os processos de formação de opinião são basilares às Relações Públicas, uma vez que elas sempre estiveram associadas a processos de busca de persuasão (FARIAS, 2019, p. 60). Cabe ressaltar, contudo, para além da invalidação da ideia de que os sujeitos possam ser facilmente controlados e manipulados, que assim como não os podemos considerar estáveis em suas essências, também não é possível fazer o mesmo com as opiniões, naturalmente voláteis (FARIAS, 2019). Mesmo assim, as relações públicas

influenciam de modo intencional, dentro de suas ações e estratégias, e nas condições a que tenha acesso, a formação da opinião pública, processo deliberado e orquestrado que se pode chamar ação persuasiva. [...] Isso faz parte do *habitus* da profissão, e faz parte da natureza das relações entre pessoas, organizações e governos, ou seja, de toda a sociedade (FARIAS, 2019, p. 133).

Há de se refletir acerca do papel das relações públicas enquanto um dispositivo, na mediação das opiniões por meio da supracitada ação persuasiva, encarando o dever ético enquanto uma premissa, bem como aceitando sua posição de poder e a impossibilidade da neutralidade enquanto um fato.

Em adição, elementos como a Lei 5.377 de 1967 e o Decreto nº 63.283 de 1968, além das mais recentes Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Públicas, em voga desde 2013 conforme resolução CNE/CES nº 2, com os quais as Instituições de Ensino Superior devem estar em conformidade, são normatizações que circunscrevem o campo de atividades no Brasil e, desta forma, estruturam e organizam o conjunto de enunciados que formam o saber das relações públicas, enquanto também pavimentam o caminho para seu exercício de poder nas organizações, a partir delas e por elas. Poder-se-ia considerar, inclusive, que as relações públicas funcionam como um para-

⁷ Composto pelo Conselho Federal (Conferp) e pelos seis Conselhos Regionais (Conrerp's).

dispositivo, atuando em apoio a dispositivos maiores como o Estado e corporações do centro do poder capitalista, partidos políticos, instituições científicas e culturais, entre outras.

Dentre algumas atividades exercidas por relações-públicas, que ilustram sua constituição como dispositivo, destacamos o *branding* e o *lobby*, que constituem estratégias e discursos de aproximação ou distanciamento de determinados públicos, sobretudo visando a consecução de objetivos organizacionais. Ao criar ou fomentar posicionamentos, trabalhar imagens e identidades, gerir a comunicação e os relacionamentos entre organizações e públicos, bem como defender diferentes pautas e políticas, as relações públicas atuam no nível das narrativas (NASSAR, 2016), que circulam mensagens legitimadores de “processos relacionados a um pleito” (NASSAR; PARENTE, 2020, p. 36).

Sabemos, desde Benjamin (2012), que a narrativa é a forma discursiva da transmissão da experiência, e Nassar, Farias e Pomarico (2019) apontam que sua dimensão prática é o ritual. Na mobilização desses recursos, as relações públicas fazem circular um poder que interpenetra não só as existências das pessoas envolvidas com o campo, mas da sociedade em geral, uma vez que todas as pessoas estão, de alguma maneira, ligadas a uma organização. Isso só pode acontecer, é claro, por meio da constituição do saber técnico e teórico da profissão, que não obstante lhe é constitutivo.

Evidentemente, tanto o potencial de persuasão quanto o revestimento mítico conferido às narrativas concebidas pelas relações públicas nos âmbitos organizacionais e institucionais, apresentadas como facticidade, são desestabilizados. Isto se dá pois, enquanto a significação que caracteriza o mito é desafiada pelas contingências históricas e, embora a constatação barthesiana de que “tudo, na vida cotidiana, é tributário da representação que a burguesia criou para ela e para nós nas relações entre o homem e o mundo” (BARTHES, 2019, p. 232), essa “ordem natural” é confrontada por reivindicações as mais diversas. Estas, aliás, podem emergir das próprias relações públicas, ao assumirem um posicionamento dialógico.

Considerando que o poder é circulante, narrativas devem ser construídas em uma perspectiva relacional. É nessa interação que as relações públicas passam a compreender as discussões e demandas mais prementes para, então, responder a elas a partir do seu trabalho nas organizações. Para Nassar e Parente (2020, p. 17), “o grande valor da identidade é estabelecido pelas relações. A memória das relações contribui para a

construção de uma identidade. E a identidade alicerça a imagem e a reputação de uma empresa”. Certamente, a resposta a essas urgências não é ingênua. Ainda que se leve em consideração os interesses dos públicos, em essência, os objetivos organizacionais é que orientam tais ações. Vê-se, porém, que os ativos intangíveis sob responsabilidade das relações públicas encontram-se sempre sob disputa. Ainda que haja um desequilíbrio de forças, imagem e reputação, dependem do tipo de relacionamento com os públicos.

Nas negociações, reside o potencial para as relações públicas funcionarem como contradispositivo (AGAMBEN, 2005). Mas, o que apontam as pesquisas de Edwards (2020) é que há uma cultura de desinformação praticada pela área mistificada sob o signo da garantia de informação legítima e conteúdo íntegro de qualidade. A situação é complexa já que, por um lado, pretende-se defender a importância da profissão para as organizações e, assim, assegurar postos de trabalho. Por outro, cede-se à defesa dos interesses organizacionais nem sempre qualitativamente, enquanto lança-se mão do discurso da transparência.

De um ponto de vista profissional, as RPs precisam manter distância da desinformação para minimizar a ameaça à legitimidade - mas isto é um dilema quando a desinformação é parte da prática. Para proteger sua legitimidade, a indústria [das relações públicas] precisa encontrar formas de responder à ameaça profissional colocada pela desinformação sem revelar sua cumplicidade com ela. Em essência, este é um requerimento para a ação *política* no sentido de que admitir a pura verdade a respeito da desinformação como um desafio significativo à democracia é insuficiente. Antes, trata-se de um modo organizado de mentir para satisfazer interesses profissionais (EDWARDS, 2020, p. 6, tradução e colchetes nossos).

Isto é, apesar de colocarem-se como defensoras da democracia no sentido da provisão de informação de qualidade e de práticas transparentes, distanciando-se de um outro que seria eticamente irresponsável a este respeito, as relações públicas se “posicionam como a solução para a desinformação e não parte do problema” (EDWARDS, 2020, p. 9, tradução nossa), enquanto abrem mão da integridade do conteúdo das mensagens que elaboram em nome dos interesses de seus clientes e do próprio campo profissional. Em face da falta de apetite informacional (LIPPMANN, 2018), ao contribuir à produção e disseminação de desinformação, as relações públicas operam no reforço à poluição (DOUGLAS, 2014), que pode conduzir à entropia, ao mesmo tempo em que serve à ordenação da sociedade enquanto mantém o *status quo*. Mesmo assim, reconhecemos que é na capacidade intrínseca ao dispositivo de responder às demandas sociais - ainda que, em

geral, para estender seu domínio em uma outra dimensão - onde se encontra o potencial das relações públicas, no exercício de sua função política, e na mobilização da heterogeneidade de seus recursos, em servir como uma ponte entre os diferentes *locus* e percursos do poder.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A total subserviência da atividade de relações públicas às legítimas demandas sociais é, obviamente, inviável. Conforme analisamos previamente, no cerne da atividade consta sua posição de interventora entre interesses por vezes divergentes, e balizadora de conflitos e disputas por poder. Consta uma trajetória marcada pela contribuição às organizações e grupos hegemônicos, muitas vezes em detrimento do compromisso com uma atuação socialmente responsável – ainda que ela também possa ter ocorrido –, que serviu à consolidação e ao delineamento das bases da profissão. Contudo, com o desenvolvimento do saber teórico e das práticas, como compensação pelas controvérsias e más percepções predecessoras, preconizou-se a introdução, no campo das Relações Públicas, de manifestos por uma atuação mais dialógica, aberta e responsável.

Assim, reconhecemos e defendemos a aplicação das relações públicas no sentido do contributo não apenas àquelas que dos seus serviços se nutrem, mas à que constitui o principal *stakeholder* a ser considerado: a sociedade civil. A relevância social das relações públicas reside, justamente, em sua potência para construir pontes pelo estabelecimento de relações de confiança, e, de maneira pertinente, na possibilidade de contribuir à emancipação dos que com ela estão em interação. Nesse sentido, é mister à atividade o diálogo, e o compromisso com a legitimidade, a ética e a transparência como prioritárias. Desse modo, a perspectiva relacional poderá ser aplicada de modo a viabilizar a formatação de uma esfera pública efetivamente democrática, capaz de contribuir a processos de subjetivação que sejam, notadamente, emancipatórios: especialmente considerando a constituição das relações públicas enquanto um dispositivo.

Entretanto, não podemos ignorar que a atuação das relações públicas nunca é ingênua, mas está sempre atrelada à defesa de interesses os mais diversos. Ao gerir diferentes dimensões da comunicação organizacional, a área se coloca no centro da gestão do poder simbólico e institucional, o qual sutilmente germina modos de subjetivação e relacionamentos que vão além do escopo intraorganizacional, e se estendem por toda a esfera das relações entre seres vivos e dispositivos (AGAMBEN, 2005). As relações

públicas, constituem-se ainda num dispositivo transversal que permite relações, interações, negociações entre seus congêneres ao viabilizar a circulação do poder pela comunicação. Afinal, de acordo com Kunsch (2017, p. 338), a comunicação “deve ser concebida como um poder transversal que perpassa todo o sistema social global”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, G. O que é um dispositivo? **Outra Travessia**, Florianópolis, n. 5, p. 9-16, jan. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576>. Acesso em: 24 fev. 2021.

ATHAYDES, A. “O Parlamento Nacional das Relações Públicas e as medidas adotadas pelo CONFERP para sua viabilização prática”. In: MOURA, C. (Org.). **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008, p. 288-303.

BARTHES, R. “O mito, hoje”. In: **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 2019, p. 197-256.

BARQUERO, J.; BARQUERO, M. **O livro de ouro das relações públicas**. Trad. Abílio da Fonseca. Porto/Portugal: Porto Editora, 2001.

BENJAMIN, W. “O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”. In: **Obras escolhidas I: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2012, p. 213-240.

BENJAMIN, W. “Sobre alguns motivos em Baudelaire”. In: **Baudelaire e a modernidade**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017, p. 103-149.

BRASIL. Resolução CNE/CES nº 2 de 27 de setembro de 2013. **Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas**. Brasília, 2013. Disponível em:

http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=14243&Itemid=. Acesso em: 27 fev. 2021.

CANFIELD, B. **Relações Públicas**: princípios, casos e problemas. Trad. Olívia Krahenbuhl. 2.ed. São Paulo: Pioneira Editora, 1970.

CONSELHO FEDERAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS – CONFERP. **Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas**. Disponível em: encurtador.com.br/bqHSW. Acesso em: 27 fev. 2021.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, G. “Michel Foucault”. In: **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 2013, p. 107-151.

DOUGLAS, M. **Pureza e perigo**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

EDWARDS, L. Organised lying and professional legitimacy: public relations’ accountability in the disinformation debate [online]. **European Journal of Communication**, [s. l.], p. 1-15, dez. 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323120966851>. Acesso em: 26 fev. 2021.

ELIADE, M. **O sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FARIAS, L. “O campo acadêmico do ensino e da pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas no Brasil”. In: KUNSCH, M. (Org.). **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos. V. 1. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 45-60.

FARIAS, L. **Opiniões Voláteis**: Opinião pública e construção de sentido. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2019. 144 p.

FARIAS, L. “Relações com a imprensa”. In: FARIAS, L. (Org.). **Relações públicas estratégicas**: Técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011, p. 109-118.

FERRARI, M. “Os cenários turbulentos como oportunidade de mudança e de realinhamento de estratégias”. In: GRUNIG, J.; FERRARI, M.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul: Difusão, v. 2, 2011, p. 137-165.

FOUCAULT, M. **A Ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2014.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz & Terra, 2019.

GREGOLIN, M. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 11, p. 11-25, nov. 2007.

GRUNIG, J; HUNT, T. **Managing public relations**. New York: Holt, Rinehart & Winson, 1984.

GURGEL, J. **Cronologia da Evolução Histórica das Relações Públicas**. 3.ed. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 1985.

KUNSCH, M. “Comunicação intercultural e cidadania em tempos de globalização”. In: MARTINS, M. (Org.). **A internacionalização das comunidades lusófonas e ibero-americanas de ciências sociais e humanas: o caso das ciências da comunicação**. Vila Nova de Famalicão: Húmus, 2017, p. 337-354.

KUNSCH, M. “Propostas Pedagógicas para o Curso de Relações Públicas: Análises e Perspectivas”. In: PERUZZO, C.; SILVA R. (Orgs.). **Retrato do Ensino em Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, Taubaté: Unitau, 2003, p. 45-62.

KUNSCH, W. De Lee a Bernays, de Lobo a Andrade: a arte e a ciência das relações públicas em seu primeiro centenário (1906-2006). **Revista Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**, São Bernardo do Campo: Fajorp-Umesp, ano 4, n. 7, jun. 2006.

KUNSCH, W. “Gênese e desenvolvimento do campo profissional e acadêmico das relações públicas no Brasil”. In: KUNSCH, M. (Org.). **Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009, p. 7-42.

LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2008.

NASSAR, P.; FARIAS, L.; OLIVEIRA, M. Cenário histórico das relações públicas no Brasil. **Organicom**, v. 13, n. 24, p. 151-160, 2016.

NASSAR, P. “Novas narrativas e memória: olhares epistemológicos”. In: KUNSCH, M. (Org.). **Comunicação organizacional estratégica**. São Paulo: Summus, 2016, p. 77-100.

NASSAR, P.; PARENTE, C.. **Lobby e comunicação [livro eletrônico]: a integração narrativa como via de transformação**. São Paulo: Aberje, 2020.

NASSAR, P.; FARIAS, L.; POMARICO, E. Narrativas rituais: uma aproximação entre comunicação e antropologia. In: SCHEID, D.; MACHADO, J.; PÉRSIGO, P. (Orgs.). **Tendências em comunicação organizacional: temas emergentes no contexto das organizações**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2019. p. 209-224.

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

SIMÕES, R. **Relações públicas: função política**. 4.ed. São Paulo: Summus, 1995.