

Aspectos da historiografia da Comunicação Organizacional no Brasil a partir das relações públicas no mundo do trabalho¹.

Claudia Nociolini REBECHI²
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

Dentro de um contexto histórico, seja sob a perspectiva profissional ou científica e acadêmica, sabe-se que a constituição da Comunicação Organizacional no Brasil é diretamente relacionada à concepção de relações públicas. Tendo isso em vista, este artigo tem como objetivo principal tratar sobre a historiografia da Comunicação Organizacional a partir da constituição das relações públicas no mundo do trabalho. Especificamente, falaremos sobre o reconhecimento das relações públicas no processo de racionalização do trabalho engendrado pela classe dirigente na primeira metade do século XX, com base na atuação do Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT). Trata-se de uma discussão desenvolvida a partir de resultados de uma pesquisa de doutorado, cujo percurso metodológico ancorou-se, sobretudo, em pesquisa de arquivos com levantamento e análise de documentos primários e inéditos.

Palavras-chave: historiografia da comunicação organizacional; relações públicas; racionalização do trabalho; IDORT.

Introdução

O delineamento do campo profissional da Comunicação Organizacional no Brasil dá-se em meados da década de 1950 com o despontar das atividades de relações públicas e de jornalismo empresarial. Nesta época, algumas organizações, especialmente empresas privadas multinacionais estrangeiras alocadas no país, começaram a se interessar por instrumentos de comunicação que pudessem contribuir para informar sobre suas ações àqueles que lhe interessavam (KUNSCH, 1997).

O jornalismo empresarial no Brasil, entendido como a produção de jornais, revistas, boletins, ou seja, materiais de cunho noticioso, especialmente direcionados aos empregados da organização, começou a se destacar entre os anos 1940 e 1950. Conforme expressa o estudioso da área de Comunicação Organizacional Torquato (1984), muitas empresas já produziam este tipo de material nesta época, mas poucas, segundo seu ponto de vista, faziam de forma competente.

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Doutora em Ciências da Comunicação pelo PPGCOM da ECA-USP. Pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP/Cnpq. E-mail: nociolini@hotmail.com

Ainda segundo esse mesmo autor, é a partir dos anos 1960 que a Comunicação Organizacional como prática profissional recebe grande atenção de empresários e profissionais interessados em estabelecer canais de informação com clientes, empregados, dentre outros grupos de pessoas que se relacionavam com as organizações.

Os primeiros departamentos de relações públicas foram criados e as publicações produzidas pelas organizações, especialmente os jornais de empresa, tinham grande representatividade no rol de ações de comunicação que os profissionais começavam a pensar em contribuição ao crescimento das empresas no cenário social brasileiro. Neste período, boa parte da atenção de profissionais que praticavam a comunicação em organizações voltava-se para os esforços quanto ao aprimoramento das técnicas de desenvolvimento deste tipo de publicação, sendo o conteúdo editorial e o planejamento gráfico as suas principais preocupações.

Ainda na década de 1960, o jornalismo empresarial ganhou reforço com a criação de uma representativa associação, na época nomeada de Associação Brasileira de Editores de Revistas e Jornais de Empresas (ABERJE). Na ocasião da I Convenção Nacional de Editores de Revistas e Jornais de Empresas, os participantes, em sua maioria editores de publicações empresariais, aprovaram a fundação da ABERJE em 1967 com os principais objetivos de: defender os interesses da classe, desenvolver mais eventos para discussão sobre a área de jornalismo empresarial e buscar uma melhoria na qualidade da produção de publicações de empresas (KUNSCH, 1997).

A ABERJE, denominada, a partir de 1989, Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, é considerada forte influente no desenvolvimento da Comunicação Organizacional no Brasil, seja no campo profissional, seja, por consequência, no campo acadêmico³. Deve-se sublinhar que é consenso entre os principais estudiosos da área ressaltar o papel da ABERJE como grande colaboradora para a constituição da Comunicação Organizacional no Brasil.

É interessante notar que a maior parte da literatura brasileira sobre Comunicação Organizacional destaca os acontecimentos e fatos ocorridos na atuação dos profissionais desta área, e a atenção que o empresariado começa a dar à comunicação em seus negócios, como propulsores da formação de um campo de conhecimento e, conseqüentemente, de seu aspecto teórico.

Alguns dos estudiosos da área (KUNSCH, 1997; NASSAR, 2001; BUENO, 2003) destacam como o primeiro estudo brasileiro sobre Comunicação Organizacional a tese de doutorado defendida por Gaudêncio Torquato na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo datada de 1972. Ou seja, antes disso, o campo de conhecimento

³ Sabe-se que o limite entre os dois campos nem sempre é tão nítido quanto se parece.

sobre Comunicação Organizacional no país ganha corpo por meio das práticas de profissionais que desenvolviam especialmente atividades de jornalismo e de relações públicas, além de alguns eventos como cursos de curta duração e nos poucos cursos universitários destas profissões que existiam no país nas décadas de 1960 e início de 1970.

No contexto brasileiro, sabe-se que os estudos de relações públicas são diretamente relacionados ao que se determinou chamar de “comunicação organizacional”. Devido à articulação de um grupo de pesquisadores no campo da Comunicação focalizado em investigar os fenômenos de comunicação ligados aos contextos organizacionais, Relações Públicas e Comunicação Organizacional tornaram-se áreas de conhecimento interdependentes⁴.

Essa interdependência formou-se historicamente dentro de um contexto em que as relações públicas - primeiro como prática profissional e, depois, como área de conhecimento - orientou a constituição da comunicação organizacional no Brasil, sobretudo no campo científico. Essa configuração resultou em dificuldades de cunho epistemológico para a consolidação da Comunicação Organizacional enfrentadas até os dias de hoje, conforme apontam as estudiosas Angela Marques e Ivone de Lourdes Oliveira:

Uma primeira dificuldade ganha forma através da vinculação e complementariedade entre a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas, destacando suas aproximações e diferenças. Um segundo problema diz respeito às tentativas, ainda em curso, de construção de um corpo conceitual consistente e que reflita as especificidades do campo e de suas contribuições. Um terceiro problema a ser destacado é a ausência de uma problematização que envolva a perspectiva crítica nos estudos em Comunicação Organizacional, considerando a construção de um viés reflexivo, capaz de articular noções como política, ética, diálogo, conflitos morais, sofrimento social, identidade, discurso, poder e práticas de resistência (MARQUES; OLIVEIRA, 2015, p.2).

Supomos que um dos motivos que fundamenta o terceiro problema indicado pelas autoras refere-se ao entendimento de comunicação organizacional sob uma abordagem que se preocupa em pensar a comunicação nas organizações a partir de uma perspectiva da “gestão estratégica”. Tal característica expressa um teor de planejamento, administração e tentativa de domínio do processo comunicativo a favor prioritariamente do bom funcionamento das organizações/empresas. Em grande medida, os pesquisadores de Comunicação Organizacional

⁴ Prova disso é a existência de dois meios já estabelecidos de divulgação das pesquisas produzidas pela inter-relação de ambas as áreas, amplamente reconhecidos pela comunidade acadêmica do campo da Comunicação. Um deles refere-se à Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp) que reúne centenas de estudiosos brasileiros interessados no que diz respeito ao tema da comunicação nas organizações/empresas, sendo que pelo sétimo ano consecutivo promove um relevante evento científico de âmbito nacional nomeado de “Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas”. A outra iniciativa diz respeito à Revista *Organicom* publicada desde 2004 sob a responsabilidade da Abrapcorp e do Gestcorp (curso de pós-graduação *lato sensu* de gestão estratégica em comunicação organizacional e de relações públicas da ECA-USP).

estão preocupados em estudar as estratégias de comunicação elaboradas e praticadas a favor da concretização dos objetivos organizacionais, tendo um ponto de vista especialmente funcionalista e/ou interpretativo⁵.

Trata-se, em parte, de uma herança da área de Relações Públicas que por muito tempo se omitiu quanto a questões de nossa sociedade fundamentais para se refletir criticamente a comunicação nos contextos organizacionais como, por exemplo, os conflitos e as contradições inerentes às relações de trabalho.

Tendo isso em vista, nosso propósito neste artigo é, dentro do contexto brasileiro, tratar sobre a historiografia da comunicação organizacional a partir da constituição das relações públicas no mundo do trabalho. Mais especificamente, falaremos sobre o reconhecimento das relações públicas no processo de racionalização do trabalho engendrado pela classe dirigente na primeira metade do século XX, com base na atuação do Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT).

Em nosso estudo de doutorado (REBECHI, 2014), realizamos uma ampla investigação a partir de uma pesquisa aprofundada em arquivos brasileiros e franceses, que demonstrou que o uso da comunicação no trabalho em organizações assumido pela atividade de relações públicas à época indicava a proposição de orientações e normativas consideradas adequadas à administração das relações de trabalho pelos adeptos das doutrinas guiadas pelos princípios da “Organização Científica do Trabalho”.

No caso específico da leitura e análise dos documentos brasileiros, foi possível constatar que o IDORT e seus membros, ancorados no significativo papel que desempenharam quanto à difusão da ideologia da racionalização do trabalho no país interessaram-se pelo uso da comunicação na administração das relações de trabalho em empresas privadas e da administração pública no período após a Segunda Guerra Mundial. Neste momento, a atividade de relações públicas é contemplada pelo Instituto como um meio útil e eficiente para reforçar valores sociais e padrões de comportamento a favor do apaziguamento de conflitos entre trabalhadores e o comando das organizações. A ideia de “cooperação” de classes torna-se fundamental para invalidar as tensões sociais inerentes aos sistemas produtivos configurados pelas relações capitalistas. Nesse contexto, a partir dos anos 1950, o IDORT se empenharia em legitimar a atividade de relações públicas no país, promovendo cursos sobre o tema e participando ativamente da criação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), por exemplo.

⁵ De certo modo, Buzon e Oliveira (2015) também discutem essa questão ao mostrarem os resultados de uma pesquisa que procurou construir um panorama epistemológico da área da Comunicação Organizacional a partir da análise de artigos publicados nas revistas *Organicom* e *Communication & Organisation*.

Conhecer a atuação do IDORT em prol da legitimidade das relações públicas é compreender, também, fundamentais aspectos da historiografia da Comunicação Organizacional no Brasil. Diante disso, este artigo apresenta dois momentos distintos e complementares entre si. Primeiramente, trataremos sobre o interesse do IDORT pelas relações públicas como uma atividade que dialogava diretamente com os princípios da “Organização Científica do Trabalho” e quais ações o Instituto desenvolveu a favor da difusão dessa atividade. Em seguida, apresentaremos algumas prescrições de comunicação assumidas pelas relações públicas na sua relação com os princípios da racionalização do trabalho e que consideramos terem sido aceitas pelo discurso hegemônico da Comunicação Organizacional quanto ao tema da comunicação nas relações de trabalho em organizações.

A legitimidade das relações públicas motivada pelo IDORT

Já em nosso estudo de mestrado (REBECHI, 2009), foi possível constatar que, no âmbito do mundo do trabalho, as áreas de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, a partir do seu pensamento hegemônico calcado na filosofia de gestão estratégica, procuram pensar formas e usos de comunicação que pudessem promover o envolvimento dos trabalhadores à lógica das organizações/empresas. Nesse sentido, a articulação dessas áreas no campo científico da Comunicação estaria em compasso com as necessidades de gestão produtiva das organizações no que tange, em especial, à mobilização da subjetividade do trabalhador em prol da racionalidade organizativa do trabalho dentro das empresas.

Em diálogo com as pesquisas coordenadas por estudiosos da Sociologia do Trabalho, reconhecidas nacional e internacionalmente, como, por exemplo, Ricardo Antunes (2005; 2006) e Danièle Linhart (2007), nosso estudo no campo da Comunicação procurou demonstrar que o discurso hegemônico de relações públicas e de comunicação organizacional, difundido a partir dos anos 1990, incorporou muitos dos preceitos oriundos das filosofias de gestão e organização do trabalho contemporâneas. E não só isso. Assimilou também as orientações de controle social da classe trabalhadora anunciadas pela “forma flexibilizada de acumulação capitalista” (ANTUNES, 2005, p. 28), representada, em grande medida, pelo toyotismo.

Dentro desse contexto analítico, o discurso de comunicação nas empresas estaria alinhado às “formas mais cooperativas, mais consensuais de relações sociais” que buscam “mobilizar os conhecimentos e as experiências dos assalariados em condições mais bem adaptadas às novas exigências” (LINHART, 2007, p. 17), numa espécie de atual lógica organizativa do trabalho. Por sinal, termo, este último, bastante debatido por sociólogos interessados nas constantes mudanças do mundo do trabalho.

Sob vários aspectos, o estudo de mestrado evidenciou-nos que diferentes discursos pertencentes ao campo das relações públicas e da comunicação organizacional, ao difundir os ditames de “comunicação interna”, mobilizavam, cada um a seu modo, preceitos da racionalidade empresarial integrada à “reestruturação produtiva do capital” (ANTUNES, 2006) que se mostrou visível no Brasil a partir dos anos 1970/1980 e que ganhou contornos mais expressivos ao longo dos anos 1990 e início dos anos 2000.

Percebemos, por meio desse esforço investigativo, que outras questões surgiam e colocavam-nos diante de novos problemas quanto à inter-relação entre comunicação e trabalho, mais especificamente no que diz respeito à comunicação nas relações de trabalho em organizações.

Durante o levantamento bibliográfico e documental, na tentativa de obtenção de dados sobre os momentos decisivos da constituição da atividade de relações públicas no país, e seu vínculo ao mundo do trabalho, notamos que esse laço é fruto de um contexto que se desenvolveu já em outro momento histórico. Trata-se de um passado não muito longínquo, mas que se mostra determinante no que se refere à formação dos padrões de relações de trabalho estabelecidos pela classe dirigente.

Estamos nos referindo, especificamente, à primeira metade do século XX, um período considerado significativo do processo de industrialização do Brasil e de transformações dos modos de vida e de formas de trabalhar mobilizados, em grande medida, por meio de ações e políticas promovidas pelo Estado e pelo empresariado. Ambos centravam seus esforços em modernizar o país, em níveis econômicos e sociais, e criar bases para o avanço do capitalismo.

Nesse momento histórico, surgiram diversas instituições com o propósito de auxiliar na concretização desse projeto econômico e ideológico da burguesia industrial como, por exemplo, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC). E entre todas elas, o Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT), fundado no início da década de 1930 por empresários e intelectuais paulistas, mostrou-se um agente ativo de difusão da filosofia de gestão e organização do trabalho dominante à época, incorporada por organizações privadas e da administração pública no Estado de São Paulo e em outras regiões brasileiras em fase de desenvolvimento urbano-industrial.

A revisão de literatura das áreas de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional apontou para um ponto nevrálgico dessa questão. As menções ao IDORT, apontadas por diferentes autores, traziam, quase exclusivamente, uma mesma intenção: indicá-lo como uma entidade que capacitava os interessados no tema em um contexto anterior à

existência do primeiro curso superior de Relações Públicas no Brasil, cuja criação se deu em 1967, na Escola de Comunicações e Artes da USP.

O empenho de uma entidade promotora dos princípios e métodos da racionalização do trabalho – sobretudo aqueles embasados nos princípios da Organização Científica do Trabalho – em divulgar as relações públicas no país, particularmente, despertou-nos um misto de curiosidade e de insatisfação com as explicações dadas até o momento.

Inicialmente, consideramos que a relação do IDORT com as relações públicas poderia oferecer valiosas informações para uma compreensão dos usos da comunicação nas relações de trabalho em organizações num momento histórico privilegiado de nosso passado, marcado por transformações econômicas e políticas fundamentais para a configuração da sociedade brasileira. Ademais, conhecer esse contexto, certamente, nos auxiliaria na reflexão de um outro aspecto: a origem do discurso hegemônico de comunicação em empresas difundido atualmente e reproduzido por fração considerável dos estudos brasileiros de relações públicas e, conseqüentemente, de comunicação organizacional.

Essa primeira questão levou-nos a reler os textos da revista do IDORT que tínhamos em mãos, colhidos no acervo da biblioteca da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP (FEA-USP), à época do desenvolvimento do mestrado. Embora tratasse de um material parcial, vindo de um levantamento sumário, foi possível realizar uma constatação: o Instituto não somente imprimiu esforços em propagar a atividade de relações públicas entre seus membros e demais interessados no tema da racionalização do trabalho, como também esteve à frente da fundação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), em 1954 – marco fundamental para a legitimação da atividade no país, principalmente no meio empresarial.

A partir disso, percebemos que seria necessário ter acesso a outros textos da revista do IDORT para adquirir uma visão mais abrangente sobre a questão e mais clara quanto aos propósitos de uma nova pesquisa que se avistava, agora em nível de doutorado. Um primeiro contato com a extensa gama de documentos produzida pelo IDORT, mantida pelo Arquivo Edgar Leuenroth (AEL) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) foi essencial. Na ocasião, tivemos uma noção mais bem dimensionada da amplitude do material sobre relações públicas publicado na revista do Instituto, convencendo-me de que estudá-lo seria, antes de mais nada, uma importante contribuição para o campo da Comunicação. Trata-se de apresentar à comunidade científica uma análise sobre a conexão entre o projeto ideológico do IDORT e o desenvolvimento das relações públicas no Brasil.

Esse vínculo estreito entre o IDORT e a constituição e legitimação das relações públicas, motivou-nos a formular uma primeira hipótese para a nova pesquisa: a constituição da

atividade de relações públicas no Brasil recebeu influência direta dos princípios da racionalização do trabalho difundidos pelo discurso do IDORT, sobretudo nos anos 1950 e 1960.

O IDORT, conforme é apresentado em nosso estudo de doutorado, mostrou-se ser uma entidade comandada por lideranças da classe dirigente brasileira, sobretudo paulista, cujo projeto de modernização e industrialização para o país apoiava-se, em grande medida, nos princípios e métodos da racionalização do trabalho. Os preceitos da “Organização Científica do Trabalho” estabelecidos pelas filosofias taylorista, fordista e das “relações humanas” eram admitidos pelo Instituto como aqueles que poderiam orientar as formas de controlar as relações sociais, dentro e fora de empresas, em prol da composição de uma força de trabalho adequada para o processo de industrialização e para o avanço do capitalismo no país.

Nesse sentido, o IDORT agiu de maneira a angariar apoio de representantes e instâncias significativas do Estado e da classe industrial. Por meio da atuação nacional e internacional de suas lideranças, o Instituto legitimou-se como uma entidade capaz de orientar empresas privadas e da administração pública no que tange as formas de gestão e organização do trabalho dominantes, sobretudo, na primeira metade do século XX. No país, o IDORT assessorou a gestão de diversos órgãos públicos e prestou serviços para as indústrias a fim de avaliar e propor ações sobre suas formas de administração. Ademais, o Instituto revelou-se atuante na difusão dos princípios da racionalização do trabalho por meio de atividades de formação educacional e profissional aos gestores e técnicos de organizações. Fora do Brasil, o IDORT participou ativamente do movimento internacional de racionalização do trabalho, liderado pelo CIOS (*Comité International de l’Organisation Scientifique du Travail*)⁶, e, assim, compartilhou das mesmas diretrizes de entendimento das formas de gestão e organização do trabalho dominantes à época. O discurso de racionalização do trabalho do IDORT, conforme sua trajetória institucional mostra, concordava amplamente com o discurso de suas entidades congêneres estrangeiras⁷ também guiadas pelo CIOS.

Dentro desse contexto, as lideranças do IDORT enxergaram na atividade de relações públicas, principalmente nos preceitos de harmonização das relações sociais nas empresas anunciados por ela, um meio eficiente, dentre outros, de estabelecer padrões de relações entre o

⁶ Criado, oficialmente, em 1926, na cidade de Paris, mas com sede em Praga, o CIOS tinha como principais atividades: a coordenação da atuação das entidades a ela associadas ao redor do mundo - a exemplo do IDORT - e a promoção do Congresso Internacional de Organização Científica do Trabalho.

⁷ Em nossa pesquisa de doutorado mostramos a relação próxima existente entre o IDORT e duas entidades promotoras da racionalização do trabalho francesas chamadas: *Comité National de l’Organisation Française (CNOF)* e *Commission Générale d’Organisation Scientifique (CEGOS)*, sendo que ambas também se interessaram pela atividade de relações públicas e ajudaram a difundir a atividade na mesma época.

comando das organizações e os empregados em compasso com o processo de racionalização do trabalho.

Pode-se dizer que o interesse inicial do IDORT pelas relações públicas originou-se, sobretudo, com as palestras do norte-americano Eric Carlson, à época consultor da Organização das Nações Unidas (ONU) e especialista da atividade.

Foram três as conferências concedidas pelo norte-americano aos membros do Instituto na ocasião de sua vinda ao Brasil. Carlson havia sido convidado para ministrar um curso específico de relações públicas na Escola Brasileira de Administração Pública (Ebab) da Fundação Getúlio Vargas, localizada na cidade do Rio de Janeiro, estendendo sua estadia a convite de membros do Instituto, para visita à cidade de São Paulo. Com o apoio da empresa São Paulo Trainway, Light and Power Companhia Ltda. (futura Eletropaulo), o IDORT promoveu as seguintes palestras de Eric Carlson nos dias 6, 7 e 10 de julho de 1953, no auditório do Banco Nacional Interamericano: (1) O papel das relações públicas na racionalização do trabalho; (2) Relações públicas e suas responsabilidades na administração e organização administrativa; e (3) Criação de um clima de opinião pública favorável à produtividade e ao trabalho de cooperação entre a administração e os trabalhadores.

Em conformidade com a configuração do processo de racionalização do trabalho que se forma após o final da Segunda Guerra Mundial, atualizada com base em orientações de gestão de pessoas menos autoritárias e mais integradas aos aspectos “psicológicos” do trabalhador, isto é, às orientações constituídas em acordo à filosofia das “relações humanas”, Carlson apresenta as relações públicas aos membros do IDORT como a atividade que poderia ajudar a administrar o “fator humano” nas relações de trabalho.

O teor das palestras sobre relações públicas despertou grande interesse de empresários do comércio e da indústria, bem como de gestores e funcionários da administração pública, atraindo um número significativo de espectadores interessados no tema.

As conferências de Carlson ofereceram aos membros e às lideranças do IDORT dados e argumentos que poderiam justificar a integração da atividade de relações públicas ao conjunto de elementos motrizes do discurso e das ações do Instituto. Neste sentido, o ideário das relações públicas mostrou-se útil ao estabelecimento de parâmetros considerados fundamentais para uma determinada “ordem social” propícia ao enquadramento das relações de trabalho no contexto da industrialização do país e ao avanço do capitalismo.

O propósito fundador das relações públicas de estabelecer relações “harmônicas” entre organizações/empresas e seus “públicos” é admitido como um modo bastante adequado às condições para a efetividade da racionalização do trabalho. Eric Carlson explica aos membros do IDORT que o desenvolvimento correto da atividade de relações públicas instaura um

“clima” favorável à cooperação de empregados e empregadores em prol da produtividade. Entende-se, neste caso, as relações públicas como uma “rua de duas mãos” – conforme expressão utilizada pelo próprio especialista –, sendo que o papel de ouvir, avaliar e definir os interesses dos trabalhadores é tão importante quanto tornar as orientações e ideias da direção da empresa conhecidas pelos empregados. Neste caso, as relações públicas adquirem a função de administração das relações entre os empregadores e seus funcionários. Função, esta, concebida originalmente pela empresa e não pelos trabalhadores, vale lembrar.

A aceitação e o entusiasmo quanto às relações públicas gerados pelas palestras de Eric Carlson impulsionaram a realização de seguidas discussões sobre o tema com o apoio do IDORT. Além de palestras que trataram da natureza, do propósito, da função e das técnicas de relações públicas, o IDORT criou, em 1954, um “Grupo de Relações Públicas” para reunir integrantes e simpatizantes do Instituto que pudessem compartilhar suas experiências e seu conhecimento relacionado ao tema, cujo convite público havia sido anunciado no relatório da diretoria do Instituto divulgado no final de julho de 1953, pouco tempo depois das conferências de Eric Carlson.

Percebe-se que tanto a promoção das conferências/palestras como a criação de um grupo específico de discussão fizeram parte de uma conduta importante do IDORT em prol da propagação da atividade de relações públicas e de seu reconhecimento pela classe empresarial e por gestores de organizações privadas e da administração pública. Os encontros e os debates proporcionados pelo “Grupo de Relações Públicas” do IDORT levaram à fundação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), em 21 de julho de 1954.

Prescrições de comunicação no trabalho balizadoras da inter-relação entre Relações Públicas e Comunicação Organizacional

Outra descoberta no “fundo IDORT” do AEL, antes desconhecida por nós e, salvo engano, também ignorada pelos demais pesquisadores de Comunicação, trouxe uma perspectiva de estudo ainda mais abrangente e fundamental, trazendo para a pesquisa de doutorado uma segunda hipótese. Ainda na primeira visita ao AEL, entramos em contato com as apostilas oriundas dos cursos de relações públicas promovidos pelo IDORT. Esse material, difundido aos gestores de empresas na época, apresenta uma série de recomendações consideradas obrigatórias por seus autores para a administração das relações de trabalho dentro de organizações. São orientações que procuram normatizar as relações sociais no ambiente de trabalho nas organizações ao ditar parâmetros para o comportamento da classe trabalhadora nas suas relações com a direção da empresa e com suas chefias.

Identificamos doze apostilas sobre Relações Públicas, produzidas e difundidas nos anos 1950 e 1960, cujas referências são: (a) curso de iniciação às relações públicas (autoria: Mario Sassi); (b) curso de relações públicas (autoria: Celso Lobo da Costa Carvalho); (c) curso de relações públicas - nível I (autoria: Candido Teobaldo de Souza Andrade); (d) curso de relações públicas - nível II, duas versões com datas distintas, provavelmente porque o curso foi ministrado mais de uma vez (autoria: Candido Teobaldo de Souza Andrade); (e) curso de relações públicas - nível III, duas versões com datas distintas (autoria: Candido Teobaldo de Souza Andrade); (f) curso de relações públicas e comunicação com o pessoal (autoria: Candido Teobaldo de Souza Andrade e Joel Barbosa); (g) Curso de relações públicas na Força pública de São Paulo (autoria: Amaury Morais de Maria); (h) Curso de relações públicas, sendo que são duas apostilas com datas distintas, mas do mesmo autor (autoria: Amaury Morais de Maria); (i) curso de relações públicas (autoria: Rubens José de Castro Albuquerque).

Ao longo da pesquisa (REBECHI, 2014), as recomendações e orientações articuladas por essas apostilas revelam-se, em diálogo com os textos da revista do IDORT, como “prescrições” mobilizadoras de determinados entendimentos de comunicação nas relações de trabalho em organizações, concordantes com o ideário da racionalização difundido pelo Instituto.

O processo de racionalização do trabalho defendido pelo IDORT na primeira metade do século XX dependia de um “clima” de “paz social” dentro das organizações e de uma harmonização entre capital e trabalho na sociedade. A natureza da atividade de relações públicas, pregadora do apaziguamento de conflitos entre as organizações e seus “públicos”, mostrava-se, à primeira vista, alinhada a esses princípios de organização e gestão do trabalho.

O IDORT enxergou na filosofia das relações públicas, e nos usos de comunicação que essa atividade mobilizava, uma via profícua para reafirmar seu próprio discurso de “controle social” no mundo do trabalho. Porém, tal entendimento somente poderia tornar-se plausível se a constituição da atividade de relações públicas – considerada aqui motriz do discurso de comunicação em organizações admitido pela classe dirigente – estivesse coerente com os preceitos compartilhados pelo IDORT. Uma segunda hipótese, mais ampla e complementar à primeira, diante disso, é formulada para a pesquisa: a gênese das prescrições de comunicação nas relações de trabalho em organizações apresenta relação direta com os princípios da racionalização do trabalho.

Supõe-se que o IDORT desempenhou um papel fundamental quanto à formação de prescrições de comunicação nas relações de trabalho compartilhadas pela classe de profissionais e intelectuais das áreas de relações públicas e de comunicação organizacional, demarcando fortemente um discurso de comunicação orientado pela lógica produtivista do capital que ainda

hoje reverbera no ensino universitário e na formação de parte representativa dos estudiosos que pesquisam o tema no Brasil.

Trata-se de um discurso hegemônico – simbolizado pela noção de “comunicação interna” –, que concebe a relação entre comunicação e trabalho numa perspectiva essencialmente instrumental e, por vezes, tecnocrática. Prioritariamente, sua posição ideológica em prol dos objetivos da classe empresarial e do patronato ignora, quase sempre, as contradições e os conflitos das relações de comunicação entre trabalhadores e organizações motivados pelo mundo concreto do trabalho.

As prescrições de comunicação nas relações de trabalho em empresas, identificadas no material sobre relações públicas levantado para a nossa tese de doutorado, puderam ser reunidas em torno de cinco categorias de análise que são as seguintes: 1) relação entre as organizações e seus empregados por meio de interesses mútuos; 2) "boas relações" entre chefias e subordinados; 3) identificação dos interesses dos trabalhadores; 4) garantia de compreensão das informações transmitidas pela empresa aos trabalhadores; 5) integração do trabalhador ao ambiente das organizações; 6) fases do planejamento da atividade de relações públicas no contexto da organização e gestão do trabalho.

Em linhas gerais, o desenvolvimento dessas categorias demonstra determinados pontos em comum no que diz respeito ao uso prescrito da comunicação na administração das relações entre trabalhadores e o comando das organizações, na primeira metade do século XX.

Um dos principais ditames das relações públicas direcionados às relações de trabalho indica que é necessário haver uma compreensão recíproca entre os trabalhadores e as organizações que os empregam. Orienta-se a constituição e a manutenção de relações harmoniosas entre ambas as partes, pois a falta de comprometimento de interesses entre a empresa e seus empregados é considerada prejudicial à legitimidade e à operacionalização da lógica organizativa do trabalho.

O entendimento entre a classe trabalhadora e o patronato, dentro dessa abordagem, não somente é considerada imprescindível às relações de trabalho, mas, também, é naturalizada como algo inerente às relações sociais nas empresas. A harmonia é considerada a norma, enquanto o conflito de interesses é visto como o desvio.

Em concordância aos preceitos das "relações humanas" - ideário admitido no processo de racionalização do trabalho -, a filosofia de relações públicas entende que qualquer problema de relações de trabalho que possa existir dentro da empresa pode ser resolvido pelos mecanismos administrativos internos à própria empresa. Ou seja, os conflitos inerentes às relações de trabalho são vistos como contradições do sistema organizacional e não como contradições próprias do mundo do trabalho e da sociedade.

As prescrições de relações públicas e, conseqüentemente, as de comunicação em organizações, admitem a ideia de que qualquer diferença de interesses entre a classe trabalhadora e o patronato é suscetível de ser superada. Nesse sentido, toma-se como necessário identificar os interesses e as opiniões dos trabalhadores a fim de eliminar os entraves para a compreensão mútua entre ambos. O uso da comunicação, neste caso, torna-se essencial, haja vista que a comunicação é considerada um instrumento imprescindível à gestão para o estabelecimento do consenso nas relações de trabalho.

Essas prescrições de comunicação, ainda em anuência à filosofia das "relações humanas", anunciam que não existe contraposição de interesses na empresa que não possa ser anulada com empenho da gerência e com o uso da comunicação.

Cooperação e resistência, dentro dessa perspectiva, são dois elementos assimilados pela filosofia das relações públicas direcionada à harmonização das relações de trabalho. A premissa mobilizada supõe que o trabalhador se empenha mais na realização de seu trabalho quando ele acredita que existe convergência entre seus interesses e os interesses da empresa. Entretanto, entende-se que nem sempre o empregado estaria convencido disso, competindo à gestão da empresa persuadi-lo.

A resistência do trabalhador a aderir à racionalidade da organização é tratada como uma questão de capacidade administrativa: se o trabalhador não cooperar, a culpa é da chefia. Oculta-se, desse modo, as dificuldades e os dilemas concretos enfrentados pelos trabalhadores na realização de seu trabalho.

Outra orientação de relações públicas indica a necessidade de considerar o "estado psicológico" dos empregados, seu lado "afetivo" para que eles sejam "integrados" à empresa, isto é, a fim de que estejam em sintonia com o *modus operandi* da organização e, então, apresentar um comportamento de "boa vontade" no ambiente de trabalho. Em anuência a essa recomendação, o empregado precisa "sentir-se parte" da empresa onde trabalha. Pois entende-se que se o funcionário estiver convencido de que o progresso da empresa é seu progresso também, então, sua colaboração poderá ser obtida pela gerência. Percebe-se que as prescrições de relações públicas, em compasso com o pensamento das "relações humanas", desejam fazer crer que "sentir-se parte" da empresa é um desejo do próprio trabalhador, reforçando a relação de subordinação dos interesses dos trabalhadores aos interesses de seus empregadores propagada pelo discurso da racionalização do trabalho.

Considerações finais

Conforme indicado inicialmente, este artigo teve como objetivo principal tratar sobre a historiografia da comunicação organizacional a partir da constituição das relações públicas no

mundo do trabalho, dentro do contexto brasileiro. Tendo isso em vista, apresentamos análises baseadas em dados históricos sobre o reconhecimento das relações públicas no processo de racionalização do trabalho engendrado pela classe dirigente na primeira metade do século XX, a partir da atuação do Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT).

Nesse sentido, tratamos sobre o papel do IDORT na legitimação das relações públicas e, em seguida, falamos sobre determinadas prescrições de comunicação assumidas por essa área e alinhadas aos princípios da racionalização do trabalho. Ambas as abordagens indicaram elementos fundadores do discurso hegemônico da Comunicação Organizacional no que se refere ao uso da comunicação nas relações de trabalho.

As análises apresentadas mostraram que a legitimação da atividade de relações públicas no país concretizou-se, em grande medida, devido ao empenho do IDORT na difusão e no reconhecimento de seus ditames em meio a classe dirigente brasileira. O Instituto criou amplo espaço para a discussão sobre a atividade de relações públicas e a propagação de seus preceitos ao dar voz aos seus especialistas e simpatizantes a partir de vários meios. O IDORT publicou diversos artigos sobre o tema em sua revista institucional, promoveu cursos e conferências e esteve à frente da criação da ABRP. Ademais, foi possível perceber que os princípios de relações públicas estiveram bastante alinhados aos princípios da “Organização Científica do Trabalho”, em especial, das “relações humanas”, cujo ideário demarcou decisivamente a filosofia da racionalização do trabalho na primeira metade do século XX.

Em um período no qual ainda não se falava de “comunicação interna” ou de “comunicação organizacional”, mas dentro de um contexto em que o uso da comunicação surge como uma forma considerada eficiente de controle social das relações entre trabalhadores e o comando das empresas, as prescrições de relações públicas originam prescrições de comunicação em organizações que se estabeleceram como matrizes fundadoras.

Trata-se de um uso de comunicação, revelado pela análise do material coletado em nossa pesquisa de doutorado, que concorda com a proposição de apaziguamento dos conflitos sociais e de “paz social” defendida pelos promotores da racionalização do trabalho como a condição necessária para o estabelecimento de uma lógica organizativa do trabalho, ajustada ao modelo produtivo industrial pensado para o Brasil. Os preceitos de relações públicas, encorajadores da harmonização das relações entre a empresa e seu “públicos”, mostraram-se coerentes com a lógica de ocultação das tensões sociais no ambiente de trabalho projetada pelo discurso da racionalização propagado na primeira metade do século XX.

Referências bibliográficas

BOUZON, A; OLIVEIRA, I. de L. As revistas científicas de Comunicação Organizacional e suas marcas epistemológicas: um estudo comparativo entre Brasil e França. **Intercom - RBCC**: São Paulo, v.38, n.1, p. 129-149, jan/jun 2015.

BUENO, W. da C. **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. Barueri: Editora Manole, 2003.

KUNSCH, M. M. K. **Relações Públicas e modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. 3. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

MARQUES, A.; OLIVEIRA, I. de L. Configuração do campo da comunicação organizacional no Brasil: problematização, possibilidades e potencialidades. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37, 2015, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom e UFRJ. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/trabalhos.htm>. Acesso em julho de 2016.

NASSAR, P. Comunicação e organizações brasileiras nos anos 1970: estudo de caso sobre o papel da ABERJE, no período 1967-1983, para a definição de um primeiro paradigma para a comunicação organizacional brasileira. 2001. 113 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

REBECHI, C. N. Comunicação nas relações de trabalho: análise crítica de vozes da comunicação organizacional no Brasil. 2009. 145 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

REBECHI, Claudia Nociolini. Prescrições de comunicação e racionalização do trabalho: os ditames de relações públicas em diálogo com o discurso do IDORT (anos 1930-1960). 2014, 351 f. **Tese** [Doutorado em Comunicação]. Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil, 2014.

TORQUATO, G. **Jornalismo empresarial**: teoria e prática. São Paulo: Summus Editorial, 1984.