
Reflexões em Relações Públicas no contexto da pandemia de covid-19¹

Fábia Pereira Lima²

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Resumo

O contexto de produção do presente artigo é a pandemia mundial de covid-19 e algumas das reflexões que o momento suscita sobre a atividade de Relações Públicas (RP), no Brasil. Trata-se de um estudo exploratório com base em levantamento bibliográfico da área, partindo de um resgate histórico da atividade de RP no país, para situar os desafios e críticas que enfrenta para seu reconhecimento social, e enquanto campo de conhecimento, nos dias atuais. Em um esforço de síntese, sinaliza para a necessidade de uma discussão mais profunda sobre a função social das RP, na construção de uma perspectiva regional, social e historicamente situada, compromissada eticamente com a ciência e a democracia.

Palavras-chave

Relações Públicas; Covid-19; Democracia.

Introdução

Com quase 40 milhões de casos confirmados e mais de 10 milhões de mortes³, em todo o mundo, e mais de cinco milhões de casos e um milhão de mortes⁴, no Brasil, a pandemia da covid-19 é uma realidade onipresente, no ano de 2020, para a geração que habita o planeta nos tempos atuais. Um problema mundial de saúde pública cujos impactos econômicos, sociais e culturais são de tamanha magnitude, complexidade e profundidade que ainda não se consegue vislumbrá-los. No entanto, todo indivíduo já se vê afetado em suas rotinas cotidianas e, assim, é considerado tanto como parte do problema quanto é instado a atuar em sua solução. O controle epidemiológico é, portanto, um esforço coletivo, a partir da adoção de medidas sanitárias e de biossegurança individuais que transformam sobremaneira a forma como nos relacionamos uns com os outros, socialmente.

No campo da produção do conhecimento e da atuação profissional, pesquisadores

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG: fabialima@ufmg.br.

³ Disponível em: <https://covid19.who.int/>

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/10/11/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-11-de-outubro-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>

e praticantes se debruçam na busca por aprofundar os estudos e implicações sobre a doença, formas de contágio e de enfrentamento, nas mais diversas áreas do saber e práticas profissionais, em esforços colaborativos de pesquisa e ação, em escala nunca antes experimentada.

Também as Relações Públicas (RP) têm refletido sobre suas contribuições no entendimento e enfrentamento da pandemia, sobretudo nos desafios interacionais que ela impõe, incluindo as práticas comunicacionais das e nas organizações. É, portanto, no bojo deste contexto que partimos para nossas reflexões. O artigo está estruturado em três partes. Na primeira, fazemos um resgate histórico sobre as Relações Públicas no Brasil, visando evidenciar alguns motivos que, ainda nos dias atuais, dificultam o entendimento e reconhecimento da área. Na segunda parte, problematizamos as principais críticas que historicamente marcam o desenvolvimento acadêmico e profissional das RP. Por fim, como esforço de síntese, buscamos abordar uma perspectiva brasileira para as RP eticamente comprometida com a ciência e a democracia, como base para o fortalecimento de sua legitimidade e reconhecimento social.

Um breve resgate histórico das Relações Públicas brasileiras

A atividade das Relações Públicas no Brasil tem início nas primeiras décadas do século XX, com a presença de profissionais em corporações internacionais sediadas no país e a criação de departamentos específicos em órgãos governamentais. Com forte influência funcionalista, baseada sobretudo na bibliografia norte-americana que tornou-se hegemônica no país e referência no mundo, a prática de RP voltava-se para ações de promoção da imagem das instituições, sobretudo com atividades de assessoria de imprensa, buscando pautar assuntos e enquadramentos pretendidos pelas organizações contratantes.

Um marco na atividade de RP no Brasil foi a regulamentação profissional, em 1967, sendo o Brasil o primeiro país no mundo a fazê-lo – e um dos únicos países do mundo que reservam, nos termos da legislação, a atuação em RP para os profissionais com registro profissional na área. Para possibilitar tanto o registro como a fiscalização da atividade, inclusive, foi criado, no mesmo período, o sistema do Conselho (Federal e Regional) de Relações Públicas no país, responsável tanto por conferir o registro quanto por fiscalizar que a prática fosse (seja) realizada por profissional registrado.

Contudo, há de se fazer uma digressão relevante já que, em 1964, após um golpe de Estado, o Brasil passou a ser governado por um regime militar, instaurando um período ditatorial que durou mais de 20 anos. Ou seja, a profissão de Relações Públicas, regulamentada pela Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, e legalizada pelo Decreto-Lei nº 63.283, de 26 de setembro de 1968 (que restringe o exercício da atividade a graduados em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas), foi legalmente constituída no âmbito de um regime de governo que exercia seu poder de forma autoritária e antidemocrática. Mais do que isso, foi regulamentada precisamente para atender aos interesses dos governantes na construção de uma imagem baseada na simbologia patriótica e na divulgação em massa. Um regime absolutamente refratário à comunicação dialógica, que não se ocupava com a garantia de direitos fundamentais básicos como a liberdade de expressão e a possibilidade do contraditório e da crítica ao próprio governo.

Conforme relatam Nassar, Farias e Oliveira (2016), prova disto está na criação da Assessoria Especial de Relações Públicas (Aerp), com seus desdobramentos, que funcionava como gabinete do governo para promoção de uma pauta desenvolvimentista, desviando o foco das atrocidades no ambiente político e do cerceamento às liberdades civis. E foi com esta atuação pouco honrosa, comprometida com interesses de uma casta governante e não com os princípios de uma sociedade democrática, que as RP marcaram a construção de sua própria imagem, alinhada à das próprias instituições da época.

Durante o governo do general Médici (1969-1974), a Aerp constituiu-se em verdadeiro escritório político de propaganda para ‘promover’ o regime ditatorial, mascarando, assim, a intervenção de censura mais violenta na história do Brasil. Torquato criticou fortemente a abordagem da ditadura: a máquina de relações públicas bem equipada, usada pelos governantes militares como um centro de propaganda e comunicação vangloriosa, se caracterizou pela linguagem grandiloquente da comunicação empresarial no início de 1970 e foi bem respeitada pelos veículos da grande mídia, a maioria dos quais foi submetida à censura prévia. (...) A imagem dos profissionais de relações públicas foi manchada pelas ações empreendidas pela ARP, onde atuavam como *spin doctors*, tentando mudar a narrativa de fatos como a prisão e a tortura de milhares de brasileiros que exigiam o retorno da democracia (NASSAR, FARIAS, OLIVEIRA, 2012, p. 155).

Foi apenas nos anos de 1985 que o Brasil iniciou o processo de (re)abertura política aos princípios democráticos, o que veio acompanhado por mais visibilidade e organização da sociedade civil em torno de pautas de interesse público e por forte demanda social por transparência das organizações. Como campo de prática

profissional, as RP tanto se fortaleceram pela atuação empresarial interessada em promover sua imagem quanto em prestar contas de sua atuação à sociedade. Como campo de pesquisa, as RP também floresceram, especialmente tentando dar conta de justificar seus resultados e investimentos organizacionais. Assim, o desenvolvimento das RP no Brasil se deu por uma perspectiva pouco crítica quanto às práticas empresariais até então utilizadas para promoção das organizações no país.

Na medida em que se investiu na formação de profissionais e pesquisadores dedicados à área, no âmbito dos cursos de graduação e pós graduação, houve maior diversificação nas áreas temáticas, abordagens teórico metodológicas e problemáticas analisadas. Já em 2006, foi criada a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), que passou a congrega pesquisadores que se dedicam à área de Comunicação Organizacional e Relações Públicas no país. Nos foruns de discussão acadêmica, como nos congressos da Abrapcorp, e Grupos de Trabalho da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), é recorrente encontrarmos estudos que versam sobre a falta de legitimidade das RP. Mas, se este não é um debate novo, há de se pensar nos motivos pelos quais a área parece não conseguir superá-lo.

Se concordamos que a produção do conhecimento científico é uma prática histórica e socialmente situada, da mesma forma que o exercício profissional deve atender, de modo imperativo, às demandas da sociedade e de seu tempo, devemos pensar qual a função social das RP numa sociedade democrática e, hoje, acometida pela pandemia de covid-19. Mais ainda, no contexto do Brasil, um país cujas marcas da desigualdade social permeiam as históricas lutas de classe, as assimetrias econômicas, tecnológicas, culturais e os embates travados na esfera pública pela perpetuação ou revogação de certos dogmas e privilégios. É neste sentido que o contexto pandêmico, ao tensionar e evidenciar ainda mais as marcas da desigualdade social brasileira, constitui-se como oportuno momento histórico para amparar novos estudos e debates sobre a área de RP. Para apontarmos perspectivas de ação, numa perspectiva de futuro, vamos, primeiramente, expor algumas das principais críticas e fragilidades que, nos dias atuais, precisam ser enfrentadas. Elas remetem diretamente à própria concepção das RP e provocam a reflexão sobre os impactos sociais de nossa atuação.

Ainda, o que são (para que[m] serve) Relações Públicas?

No cerne das discussões sobre a prática das Relações Públicas (RP) está o gerenciamento da reputação organizacional: RP são atividades - empreendidas por organizações de toda natureza, segmento e porte, por governos, e quaisquer pessoas ou grupos interessados em praticar a comunicação de modo estratégico - exercidas para influenciar a opinião pública. Um esforço de comunicação estratégica que consiste, de modo deliberado, na convocação de públicos em torno de agendas de interesse, promovendo a circulação de discursos na esfera pública. E aqui encontramos duas concepções fundamentais de RP: ao assumir determinadas pautas, estariam as RP atuando de forma a ampliar a arena do debate público, qualificando o diálogo entre organizações e seus públicos ou, ao contrário, o esforço de influência exercido para conformar públicos representa uma ameaça aos princípios democráticos de nossa sociedade?

A visão de que RP são uma força potencialmente democrática que, ao dar voz a vários grupos e colocar as organizações em diálogos mais simétricos com eles, promove e qualifica debates e o engajamento públicos, está na base dos estudos de comunicação organizacional e relações públicas. James Grunig é o principal autor sobre o assunto e sua principal obra, em parceria com Hunt (GRUNIG; HUNT, 1984), é referência bibliográfica formadora de gerações de profissionais e pesquisadores que trabalham na área de comunicação organizacional e estratégica. Uma visão norte-americana sobre a atividade de RP que se espalhou pelo mundo, inclusive pelo Brasil.

O paradigma preconizado pelos autores versa que existem quatro modelos de relações públicas, sendo os três primeiros assimétricos, no sentido de preservarem os interesses organizacionais: 1) o modelo propagandístico, um modelo unidirecional de divulgação de campanhas visando persuadir as audiências; 2) o modelo de assessoria de imprensa, que se presta a divulgar informações de interesse público, de forma unidirecional; 3) o modelo de “persuasão científica”, considerado bidirecional (“de mão dupla”), já que promove escutas e realiza pesquisas junto às audiências, mas visando aproveitar desse conhecimento para melhorar a efetividade de sua persuasão; e 4) o modelo simétrico bidirecional, que busca incorporar o diálogo e a negociação, de fato, potencialmente revisando as próprias atitudes organizacionais, em prol de benefícios mútuos.

Segundo os próprios autores, o modelo de RP simétrico de mão dupla, de

comunicação bidirecional, equilibrada e dialógica, e que respeita os públicos como interlocutores, é tomado como o modelo de excelência – um ideal normativo seguido, conforme dados empíricos, por uma minoria organizacional. Na prática, o que se encontra, em sua maioria, são organizações reproduzindo os modelos assimétricos, sobretudo de persuasão científica.

Como estudiosos e profissionais de RP e comunicação organizacional, estaríamos, portanto, fadados a contribuir para perpetuar uma lógica utilitarista do conhecimento? Quando fazemos uso de pesquisas de opinião para a coleta de informações junto a públicos que queremos convocar e agregar, o fazemos para efetivamente abrir canais de diálogo com vistas a, potencialmente, possibilitar a revisão do pensamento e atitudes organizacionais ou somos trabalhadores úteis apenas na medida em que buscamos conhecer, nos aproximar e convocar públicos como meras audiências, e nos colocamos a serviço dos interesses das organizações (sobretudo empresariais), apenas, na implantação de campanhas persuasivas de nossos empregadores?

Desde uma perspectiva habermasiana, RP têm sido denunciadas como uma atividade de propaganda, uma forma de publicidade visando exercer pressão política para subverter os processos democráticos e manipular a opinião pública, enquanto atuam para ocultar suas ações. Para Habermas (1988), a tarefa primordial das RP - de promover a reputação de seus clientes pela modelação de suas mensagens, conduzindo-os a acordos favoráveis junto a seus grupos de interesse – vai de encontro aos pressupostos de uma situação ideal de comunicação democrática que fundamenta a esfera pública.

Segundo Habermas (1988), a esfera pública contemporânea tem sido convertida à mera “côrte onde o prestígio público pode ser exibido” e não um espaço onde o “debate crítico público é realizado” (HABERMAS, 1988, p.200–201). Ele defende que, nessa perspectiva, o que temos atualmente é uma esfera pública manipulada onde predomina o clima dominante, um clima de opinião, e não uma opinião pública.

Apesar das recentes tentativas das RP vestir-se nas vestes folclóricas de contadores de histórias e anfitriões geniais de encontros dialógicos, o RP corporativo neoliberal são uma forma monológica hierarquicamente ordenada de comunicação instrumental que busca abafar, codificar negativamente, deslegitimar ou censurar secretamente pontos de vista que questionam, criticam ou contestam suas reivindicações. É o exemplo do que Jürgen Habermas chama de comunicação repressiva. Ela desgasta os fundamentos da abertura racional e recíproca do discurso. (JANSEN, 2017, p.129, trad. nossa)

Com o aumento do poder corporativo, evidenciado nas últimas décadas, também as críticas às práticas de RP se multiplicaram – não exatamente como consequência da expansão corporativa mas, sobretudo, como uma força impulsionadora para a ascensão das empresas e para a conformação de uma nova dinâmica social na qual as corporações (e as forças neoliberalistas) assumem papel central. Cronin (2018) sugere que há uma transformação no envolvimento do público com o contrato social que, mediado pelas RP, traz mudanças significativas nas relações e nos valores sociais nos quais se baseiam nossa democracia. Para ela,

... as RPs intervêm nos processos políticos e sociais em um nível mais fundamental - o nível do 'contrato social'. O contrato social é um vínculo ou promessa estabelecida entre o governo e as pessoas em que o governo se compromete a representar o povo e o interesse público, enquanto o público concorda em se submeter a processos democráticos de representação e ao Estado de direito. Com base no trabalho de Hannah Arendt (1998 [1958]) sobre o contrato social como 'promessa', defendo que o relacionamento das RP tanto com o público quanto com seus clientes comerciais pode ser entendido como uma forma de promessa que desloca a política e rearticula o engajamento das pessoas da democracia representativa convencional. Ao reformular o contrato ou promessa social, as RP e outras indústrias promocionais oferecem uma forma de 'democracia comercial' que tem consequências sociais e políticas de longo alcance (CRONIN, 2018, p.2-3, trad. nossa).

As críticas à prática das Relações Públicas, nesta linha, sugerem que trabalhar a “gestão da comunicação organizacional” é menos tarefa interna às organizações e mais uma atuação ética, política e, sobretudo, social. Por isto, a inserção das organizações em um sistema capitalista avançado, com o crescimento do poder corporativo e a incorporação de ideologias neoliberais da economia, tornam nebulosas as práticas que se realizam no esforço de garantir boa imagem e reputação organizacionais.

A noção arendtiana de promessa como contrato social (e um modo de entender a sociedade) é utilizada por Cronin (2018) em sua proposta do que chama de 'democracia comercial' – o que Beder (2010), na mesma linha, chamou de “democracia comercialmente gerenciada”. Para a autora, as RP trabalham formas simuladas de engajamento público que mascaram a falta de verdadeiras mudanças democráticas no âmbito organizacional e social. Essas formas simuladas de democracia passam a substituir o contrato social convencional, ao menos parcialmente, por promessas alternativas de representação, voz e agência. Dessa forma, os públicos discursivamente acionados se reconhecem e podem experimentar-se, se ver e sentir parte, representados,

como públicos apenas simuladamente democraticamente constituídos. Nas palavras da autora, “o público é aclamado pelas empresas como ‘partes interessadas [*stakeholders*]’ e as marcas passam a operar como formas vernaculares de democracia (CRONIN, 2018, p.44, trad. nossa)”. Ou seja, para a autora, as RP atuam no nível da promessa e, assim, promovem um tipo de simulacro de democracia – uma democracia não autêntica, portanto.

Na perspectiva da pesquisadora, ao intermediar novas formas de promessa, as organizações comerciais, com a mediação das RP, estão ativamente ajudando a criar o objeto virtual que são 'os públicos'. Seria a partir desse espaço engendrado por práticas de RP – e, assim, atravessada por interesses políticos e comerciais - que as pessoas podem se reconhecer reflexivamente como uma entidade coletiva - como públicos. Em um cenário em que a desconfiança pública em governos e instituições formais aumenta, na mesma medida em que cresce o poder das corporações, a promessa formatada pelas RP é muito sedutora e significativa. O papel das RP, diferentemente de outras formas promocionais mais “diretas”, como o marketing ou a publicidade, é reparar ou criar reputação realizando um “trabalho de bastidores”, que quanto mais invisível melhor, amparado em um aparato teórico que, além de tudo, sustenta que isso se dá por meio da promoção de relacionamentos simétricos e do diálogo com os públicos.

Avançando em suas análises, Cronin (2018) argumenta que o significado social e político do discurso comercial está se intensificando devido ao seu papel aprimorado na criação de promessas ou contratos, onde os praticantes de RP, ao invés de intermediários culturais, tornam-se "corretores sociais" ao “gerenciarem verdades” em forma de promessas. Por isso, o lastro social da comunicação organizacional deve ser sempre considerado, bem como a posição privilegiada que as RP assumem no contexto sociopolítico contemporâneo. Para a autora, RP constituem “uma força que está moldando a imaginação humana, transformando a política como capacidade de imaginar e agir, e atuando como intermediário de novas promessas e novos contratos sociais” (CRONIN, 2018, p. 114, trad. nossa).

Alinhada a essas críticas, Jansen (2017) utiliza-se de um jargão corrente de que, atualmente, “todos somos RP” para alertar a sociedade de que, então, é preciso que todos se eduquem sobre RP, sua história, técnicas e objetivos. Tal alerta, endereçada na forma de uma crítica negativa às práticas de RP, pode ser vista como uma possibilidade de que nos tornemos melhores representantes de nossa área. O que não quer dizer

insistirmos na construção de uma auto-imagem positiva, como promotores de um ideal da relação simétrica de mão dupla entre as organizações e seus públicos, que não se sustenta. Ao contrário, o caminho nos parece o inverso: assumirmo-nos como os maiores críticos de nós mesmos, enquanto pesquisadores e profissionais da área, enfrentando com firmeza (e estofos intelectual) a realidade dos fatos, as práticas concretas que são conduzidas no âmbito das organizações, as ações de bastidores que escapam às diretrizes teórico normativas que, por sua vez, ao idealizarem como as relações deveriam ser, talvez falhem (ou sejam omissas) em refletir como as relações, de fato, são.

Práticas contemporâneas abusivas de Relações Públicas

Apenas recentemente os estudos de RP têm se aberto para refletir sobre algumas práticas que podem ser consideradas abusivas, embora relativamente comuns, e que, segundo Jansen (2017), normalmente são usadas para diminuir o ativismo de grupos que visam desafiar visões corporativas hegemônicas.⁵ A autora cita:

- Monitoramento: algumas organizações não governamentais foram criadas especificamente para monitorar governos e indústrias. Porém, cada vez mais, facilitados pela ambiência digital, governos e indústrias, pela prática de RP, estão “monitorando os monitores” para o planejamento de ações de comunicação de crises, gerenciamento de riscos e gestão da reputação, para muito além de uma mera cobertura sobre a repercussão de pautas de interesse da mídia (*clipping*). Ou seja, enquanto a lógica não é subvertida, novas práticas vão sendo reproduzidas ou mesmo aprimoradas, no sentido do uso estratégico de dados captados por monitoramento ambiental.
- Cooptação: aqui encontramos, de modo reconhecido até mesmo pelos autores do modelo de comunicação de “mão dupla”, a maior parte dos esforços de RP no chamado modelo de “persuasão científica” - que incentiva “a escuta compreensiva das queixas dos ativistas em uma tentativa de construir confiança”, eventualmente fazendo a organização sob ataque atender certas demandas apenas o suficiente para dissuadir os grupos desafiadores de suas ações.

⁵ Para ler estudos brasileiros sobre práticas abusivas de Relações Públicas, sugere-se SILVA, 2015 e SILVA, 2017.

Caso contrário, os táticos de RP podem tentar manipular o diálogo para cooptar os ativistas, freqüentemente tentando dividi-los, ... explorando facções existentes e marginalizando os membros mais radicais. Os objetivos de tais esforços são: (1) enfraquecer a estrutura e determinação do grupo, (2) prejudicar suas reivindicações de permanecer na mídia e (3) evitar a cobertura da mídia. Ou a cooptação pode ocorrer através da conversão, adocada por um financiamento generoso, que incentiva os radicais a fazer arte ou filmes em vez de revolução (JANSEN, 2017, p. 231, trad. nossa).

- **Reenquadramento:** à medida que as assessorias de imprensa têm mais conhecimento sobre os perfis e hábitos de consumo dos públicos, processo ainda mais facilitado pelas lógicas de uso de dados no ambiente digital, tornam-se mais efetivos na proposição de enquadramentos de questões, em consideração a interesses específicos. Assim, os enquadres tornam-se menos factuais e mais promocionais, com as RP moldando a agenda noticiosa. Jansen (2017), inclusive, critica o uso semântico que a “indústria contemporânea de relações públicas” utiliza para esse exercício.

Dependendo do alvo e da clientela, alguns favorecem o poder suave e caseiro de “*storytelling*” ou o foco comercial de “mensagens chaves”, o mais ecumênico “enquadramento” ou a ousada “comunicação estratégica” ou o ainda mais ousado “gerenciamento da percepção”. A conotação militarista do último termo não é coincidência: “gerenciamento da percepção” foi originalmente criado pelos militares dos EUA como um eufemismo para técnicas psicológicas de guerra, mas o conceito migrou para a linguagem de Relações Públicas, marketing e publicidade. E é um objetivo primário dessas práticas (JANSEN, 2017, p. 139-140, trad. nossa).

- **Astroturfing:** práticas que consistem na simulação de públicos apoiadores de determinada ideia como base para que a opinião pública seja assim conquistada. Deriva dessa prática o *trolling* organizado, que consiste no ataque orquestrado a posições contrárias.
- **Greenwashing:** indica a adoção de um “verniz” ambientalista por parte de organizações apenas como contra-estratégia para fazer frente ao ativismo ambiental. Inclui a ação de *front groups*, *think-tanks*, *astroturfing* e outras.

As “Relações Públicas Radicais” e/ou o futuro das RP

Com as reflexões apresentadas, não quisemos advogar que as RP são direta e unicamente responsáveis pela crescente desigualdade social, pela expansão do capitalismo corporativo neoliberal e nem mesmo pelo afrouxamento das políticas

regulatórias, notadamente nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Embora consideremos importante reconhecer que as RP - especialmente atuando em práticas abusivas, consentidas pelos escalões superiores de empresas e governos - podem constituir um agente ideológico da hegemonia da elite, também consideramos importante reconhecer seu potencial democrático. Práticas de RP, em nosso entendimento, não são, portanto, uma forma de comunicação nem simétrica nem assimétrica em si mesmas mas, sobretudo, constituem formas de ação social cujo uso pode assumir um viés positivo ou negativo para o sistema democrático.

O avanço do poder corporativo tem colocado em dificuldades o modelo de negócios do jornalismo tradicional e colocou as atividades de Relações Públicas, com sua expertise propagada de gestão da reputação a partir do mapeamento de públicos, em evidência. Contudo, também a abordagem tradicional de RP tem recebido suas críticas e evidenciado os limites teóricos com que a área buscava se justificar. Com isso, visões pluralistas de RP têm emergido, sobretudo dando conta de realidades locais e preocupadas em lidar com questões prementes e absolutamente severas regionalmente, como o problema da desigualdade social que torna inadmissíveis determinadas escusas por parte de organizações e governos. A sociedade civil se levanta, se reconhece, se conecta e se impõe na arena do debate público sob novas condições. Como salienta Castells (2018, p. 17), “as emoções coletivas são como a água: quando encontram um bloqueio em seu fluxo natural, abrem novas vias, frequentemente torrenciais, até inundar os exclusivos espaços da ordem estabelecida”.

Tais condições tem forçado o campo de estudos em comunicação organizacional a se reavaliar. Um caso exemplar é o do grupo que se denomina “Relações Públicas Radicais⁶” que assinou como declaração de missão, em 2008, sua ambição de reformar o campo das RP, estabelecendo uma rede crítica de estudiosos com identidade bem definida (em contraponto às características difusas e nebulosas que marcam tradicionalmente a área, segundo o grupo) e que dialogue com outros escopos teóricos de conhecimento (corrigindo os problemas de isolamento dos estudiosos, como defendem perspectivas críticas). Segundo seus signatários, o “*foco está nos impactos sociais em vez das necessidades organizacionais* como um poderoso corretivo para os paradigmas dominantes no campo” (JANSEN, 2017, p. 262, trad. nossa, grifo nosso).

⁶ Sobre o assunto, sugiro ler: L’Etang, 2009.

Relações Públicas no contexto da pandemia de covid-19

A produção da ciência, como defende Latour (2000), é uma construção social que se conforma em rede, uma complexa estrutura que agrega seres humanos e não humanos, ou seja, uma rede que se tece na relação entre indivíduos, informações, documentos, instituições e máquinas, em contínua interação. Para o autor, ciência é sempre processo, nunca regra acabada, tampouco ação que se desenvolve apartada da sociedade. O objetivo é a sociedade, a legitimidade do conhecimento produzido é conferido pelo reconhecimento social, considerando toda a rede que se forma, direta ou indiretamente, nos interesses de uma pesquisa – não apenas pesquisadores e estudantes, docentes e instituições de ensino superior, por exemplo, mas empresários e financiadores, agências de fomento e laboratórios, comunidades de abrangência, dentre outros. Toda a rede de atores, no dia a dia de suas interações cotidianas, produzem discursos sobre ciência, sobre o conhecimento que está sendo gerado em torno de determinada pauta, de modo que Latour defende ser necessário buscarmos seguir as tramas da rede, como e quem a conforma ou não, quando e como se conectam, se modificam e se complementam.

A perspectiva latouriana parece interessante para nossas reflexões sobre as Relações Públicas, sobretudo no contexto da pandemia de covid-19. É certo que o conhecimento científico sobre os impactos sociais da pandemia, notadamente no campo da comunicação, ainda é incipiente, e qualquer tentativa de predição é, no mínimo, muito arriscada. Nosso caminho reflexivo busca promover o encontro de algumas perspectivas que não sejam nem demasiadamente otimistas e ingênuas sobre a função social das RP em favor da democracia, nem tampouco, em sua versão pessimista, uma visão acusatória que não contribua para a construção de caminhos possíveis para a área. Tentamos advogar pela construção de uma perspectiva regional e realista das RP, social e historicamente situada, compromissada eticamente com a ciência e, sim, com a democracia.

A pandemia de covid-19 escancara nossos problemas sociais e tende a aprofundar o fosso da desigualdade social, econômica, cultural, tecnológica. A precarização do trabalho, a individualização das pessoas, os problemas de saúde mental, as violências domésticas trazidas pelas medidas de isolamento social são alguns dos problemas urgentes que a sociedade brasileira precisa enfrentar. Scheidel (2020), um estudioso sobre violência e história da desigualdade, aponta que, historicamente, a desigualdade

nunca diminui naturalmente, de forma pacífica. Ao contrário, são as grandes guerras, as revoluções transformadoras, a falência do Estado ou o caso de epidemias catastróficas, as únicas forças aparentemente capazes de reduzi-la. Mais do que isso, a concentração de riquezas, à medida em que é acumulada sempre por grupos que resistiram e resistem a mudanças profundas, tende a se perpetuar ou até mesmo aumentar em momentos de crise. Para o pesquisador, contudo, a pandemia de covid-19 não deve ser considerada geradora de transformação no nível da diminuição da desigualdade, uma vez que os países têm conseguido, de maneira mais ou menos eficiente, conter os surtos e, de algum modo, gerenciar os impactos trazidos, até que se desenvolva uma vacina.⁷

Se a pandemia não chega com a força capaz de uma grande transformação na estrutura de nossas sociedades – ou seja, capaz de aplacar, em alguma medida, a desigualdade social que é causa de tantos outros males sociais –, talvez seja hora de assumirmos a provocação de Castells (2018) de, quem sabe, aprendermos a viver no caos, em um caos criativo, a fluir com a vida, a não nos aprisionarmos demais em burocracias e algoritmos, aprendendo com a experiência histórica e com a força de movimentos sociais emergentes e “que mudam as mentes e, através delas, as instituições” (p.146). Talvez seja preciso mudar as mentes e mudar as pessoas, para que mudemos as organizações, as instituições e a sociedade. E aqui, as RP podem ser visto como potentes agentes transformadores (organizacionais, institucionais e sociais): reconhecendo seu papel político (SIMÕES, 1987), enfrentando proativamente as demandas sociais e reexaminando com honestidade e empenho as críticas que lhe são endereçadas, como possibilidade de (re)conformar suas práticas. Se defendemos uma atuação pautada na transformação das organizações por uma agenda de responsabilidade social e sustentabilidade, devemos também provarmos capazes de promover nossa própria agenda científica que fundamenta as práticas profissionais da área.

Considerações finais

As Relações Públicas constituem uma prática que, historicamente, se manteve atrelada a interesses governamentais e/ou privados pouco comprometidos com os princípios democráticos de nossa sociedade. No Brasil, foi regulamentada no período de uma ditadura militar e, posteriormente, manteve-se engajada em atividades empresariais

⁷ Conforme entrevista concedida para a Folha: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/05/covid-19-aumentara-desigualdade-em-hora-muito-infeliz-para-brasil-diz-historiador.shtml>

promotoras de simulacros de democracia, com promessas alternativas de representação, voz e agência (CRONIN, 2018) quando, em nome de uma pretensa busca pela “harmonização de interesses” entre as organizações e seus públicos, em uma comunicação simétrica de mão dupla, perpetuam uma mesma lógica de subserviência de uns sobre os outros. Atividades abusivas, nocivas à sociedade, continuam sendo mais e mais desenvolvidas, de modo mais ou menos visível ou planejada. Com o trabalho apresentado, defendemos que esta realidade precisa ser enfrentada – e se, o enfrentamento e debate for conduzido por dentro, por quem conhece os mecanismos, dilemas e desafios, tanto melhor.

A pandemia de covid-19 nos traz reflexões sobre nossas formas de vida, nossos sistemas produtivos e nossos valores. Coloca em discussão a força de nossas instituições e evidencia como os saberes científicos são fundamentais no enfrentamento do novo coronavírus e todo o impacto social que já tem causado. No entanto, as consequências da pandemia requerem uma análise e interpretação que escapam ao imediatismo do senso comum. Neste momento, os múltiplos campos do saber, a formação sólida capaz de analisar as novas situações sociais e suas dinâmicas, certamente farão diferença na orientação de novos caminhos possíveis, e trarão mudanças sociais para a posteridade, no mundo pós-pandemia. Os cientistas das áreas humanas e sociais têm um especial compromisso de refletir sobre o impacto trazido em distintos segmentos sociais, em função das históricas desigualdades sociais (tanto no Brasil como em outros países e entre as nações) que já tornam vulneráveis certos grupos.

Devemos nos preparar para uma severa crise econômica, para consequências graves na perspectiva da saúde mental da população, trazidas pelas medidas de distanciamento social e de confinamento (sofrimento mental, suicídios, violências domésticas e estruturais), para mais precarização nas relações de trabalho, e para tentativas de ações autoritárias, por parte do governo ou das organizações, muitas em nome, inclusive, do combate à pandemia. Então, dentre os desafios que a pandemia de covid-19 nos trouxe, do ponto de vista das RP, devemos refletir sobre qual o nosso papel como transformadores organizacionais e sociais, na medida em que tenhamos o compromisso balizado pelos anseios da sociedade, objetivando diminuir a desigualdade e as mazelas sociais, em todas e cada uma de nossas práticas. Devemos nos esforçar para delinear quais são as especificidades de nossa prática, desde uma perspectiva regionalizada, social e historicamente situada.

Para isto, as Relações Públicas devem, efetivamente, atuar em defesa da ciência e da democracia. Se a pandemia pode trazer algo positivo, ou alguma oportunidade, que seja de aprendizado, para não repetirmos erros do passado, e para a construção de conhecimento na perspectiva da rede, onde os vínculos sejam tramados não apenas por constructos teóricos e metodológicos formais, mas também pelos valores que nos movem, como a empatia e a solidariedade, e podem fomentar a construção de uma sociedade mais justa e menos desigual.

Referências:

- BEDER, Sharon. **Business-managed democracy**: the trade agenda, *Critical social policy*, 30(14), 2010, p. 496-518.
- CASTELLS, Manuel. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.
- CRONIN, Anne M. **Public Relations Capitalism**: Promotional Culture, Publics and Commercial Democracy. Lancaster, UK: Palgrave Macmillan, 2018.
- GRUNIG, J.; HUNT, T. **Managing public relations**. New York, NY: Holt, Rinehart & Winston, 1984.
- JANSEN, Sue. **Curry. Stealthy communications**: the spectacular rise of public relations. Cambridge, UK: Polity Press, 2017.
- HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la Acción Comunicativa**. Trad. Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus, 1988. v. I e II.
- LATOURETTE, Bruno. **Ciência em ação**. Como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora. São Paulo: Editora UNESP, 2000.
- L'ETANG, Jacquie. Radical PR': catalyst for change or an aporia? **Ethical Space**: The International Journal of Communication Ethics. All rights reserved. Vol 6, N.2 2009, p.13-18.
- NASSAR, Paulo; FARIAS, Luiz Alberto; OLIVEIRA, Mateus Furlanetto. Cenário histórico das relações públicas no Brasil. In: **Organicom**. Relações Públicas: dimensões e práticas. V.13, N.24, 1º sem. 2016, p. 151-160.
- SCHEIDEL, Walter. **Violência e a história da desigualdade**: da idade da pedra ao século XXI. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- SILVA, Daniel Reis. **Astroturfing**: Lógicas e dinâmicas de manifestações de públicos simulados. Dissertação (mestrado) - Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2015.
- SILVA, Daniel Reis. **Relações públicas, ciência e opinião**: Lógicas de influência na produção de (in)certezas. Tese (doutorado) - Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2017.
- SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: Função Política**. Novo Hamburgo: Feevale, 1987