
Por uma Teoria Social das Relações Públicas¹

Rafaela Giovanni Magalhães BASTOS²
Tiago Costa MARTINS³
Universidade Federal do Pampa, RS

RESUMO

A proposta deste artigo é apresentar algumas associações entre as teorias sociais e as Relações Públicas a partir da interpretação inicial do livro “*Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*”. Para que o estudo fosse aprofundado, os autores foram além da perspectiva organizacional e de gestão ao adotar um foco mais amplo com base em diferentes concepções e abordagens das teorias sociais. Assim, o presente artigo apresenta uma compreensão de oito teorias com as Relações Públicas, apresentando a concepção dos sociólogos e a leitura realizada pelo autor de cada capítulo que faz referência aos teóricos.

PALAVRAS-CHAVE: organizações; teoria social; sociologia.

INTRODUÇÃO

A atividade e a profissão de Relações Públicas são historicamente reconhecidas dentro das ciências sociais aplicadas. Estabelecida no âmbito das interações humanas e estruturada a partir dos indivíduos em relação a outros indivíduos, a constituição das organizações/instituições e sua articulação com os diversos públicos é notoriamente um campo das ciências sociais.

Especialmente ao se tratar das teorias que envolvem conceitos e práticas das Relações Públicas é possível ler, direta ou indiretamente, elementos da teoria social como, por exemplo, Cecilia Peruzzo (1986) com as “Relações Públicas no modo de produção capitalista” ou Roberto Porto Simões (1995) com as “Relações Públicas: função política”. Tais perspectivas colocam em questão a articulação entre o ser e o fazer das Relações Públicas e as teorias sociais.

A proposta deste estudo é apresentar algumas associações entre as teorias sociais e RP a partir da interpretação inicial do livro “*Public Relations and Social Theory: keys figures*

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, email: rafaela.gmbastos@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, email: tiagomartins@unipampa.edu.br

and concepts” na contribuição à análise das Relações Públicas na sociedade contemporânea. Os editores e escritores, Oyvind Ihlen, Betteke Van Ruler, Magnus Fredriksson, Mats Heide, Jesper Falkheimer, Catrin Johansson, Richard Stanton, Vilma Luoma-Aho, Lana Rakow, Diana Nastasia e Arild Waeraas notaram o crescimento da profissão na sociedade atual propondo, então, o estudo de como a prática das Relações Públicas nos afeta no mundo em que vivemos.

Para que o estudo fosse aprofundado, os autores foram além da perspectiva organizacional e de gestão, adotando um foco mais amplo com base em diferentes concepções de teoria social. Sendo assim, tiveram como base quatorze sociólogos, tais como Ulrich Beck, Peter Berger, Pierre Bourdieu, Michel Foucault, Anthony Giddens, Erving Goffman, Jürgen Habermas e Max Weber. A partir deles reconheceram o papel que as práticas das Relações Públicas desempenham na sociedade.

Assim, o presente artigo apresenta uma compreensão de oito teorias sociais com as Relações Públicas. São apresentadas a concepção dos sociólogos e a leitura realizada pelo autor de cada capítulo que faz referência ao teórico. Tem-se, desta forma, oito leituras das Relações Públicas por meio de Berger, Bourdieu, Giddens, Goffman, Mayhew, Putnam, Dorothy E. Smith e Weber, assim apresentadas abaixo.

1 BERGER

Os primeiros pensamentos de Peter L. Berger surgiram da vertente teórica de Weber. As ideias do sociólogo tinham como princípio estabelecer a realidade através da construção social.

(...) aquilo que os indivíduos e a sociedade percebem e entendem como realidade é uma construção, uma criação da interação social entre indivíduos e grupos. Tentar “explicar” a realidade social é omitir e considerar como verdade os processos pelos quais essa realidade é construída. Os construtivistas sociais aplicam as ideias de Berger à investigação de fenômenos sociais, para iluminar as maneiras em que os membros da sociedade vêm a saber e simultaneamente criar o que é real (GIDDENS, 2012, p.202).

Berger está interessado em interações sociais e como estas interações produzem gradualmente uma realidade social comum. A leitura de Berger é associada por Heide (2009), com a intenção de investigar os fenômenos sociais e discutir como a perspectiva de construção social tem influência sobre a comunicação de crise como um subcampo das Relações Públicas.

Segundo Heide (2009), Berger explica que a crise ocorre muitas vezes como resultado de uma má comunicação e construção entre as organizações e seus públicos, no qual deve ser dado foco, não apenas no momento da crise, mas também a fase anterior e na construção e manutenção de relacionamento de longa duração. Em suma, a comunicação entre uma organização e seus públicos é um processo de fazer sentido para os envolvidos em que a realidade social é construída.

Além disso, Bentele e Wehmeier (2009, p.343) afirma que “os escritos de Berger podem não dar instruções concretas para a comunicação de crise, mas podem ajudar a tornar mais sensíveis quaisquer questões de crise”⁴.

2 BOURDIEU

Pierre Bourdieu tem como principal pensamento a análise de como as pessoas incorporam a estrutura social, e a partir disso traz três conceitos no qual seu mundo social é construído: campo, *habitus* e capital. A ideia de campo representa um espaço simbólico onde os conflitos legitimam as representações. É onde ocorre a classificação da existência ou ausência de um código de valores. O conceito de *habitus* diz sobre a capacidade dos sentimentos, pensamentos e ações dos indivíduos de incorporar uma determinada estrutura social. O capital, por sua vez, representa o acúmulo de forças que o indivíduo pode alcançar no campo.

Ihlen (2009, p.62), mostra no livro “*Public Relations and Social Theory: Keys figures and concepts*” que, a partir de Bourdieu, o conceito das Relações Públicas está na guerra (disputa) de campo. Bourdieu afirma que atores lutam e competem para posicionar-se no que é dado o nome de “campos”, que faz parte dos espaços sociais.

Os campos são os locais ou as arenas sociais em que ocorrem disputas competitivas baseadas nas formas de capital. É por meio dos campos que a vida social se organiza e as relações de poder operam, e cada campo tem suas “próprias regras de jogo” (GIDDENS, 2012, p.598).

Assim, as Relações Públicas auxiliam dentro das organizações na luta para assumir uma determinada posição nos “campos”, e a sociologia de Bourdieu auxilia para uma análise das Relações Públicas.

⁴ Tradução livre para: “The writings of Peter L. Berger cannot give concrete instructions for crisis communication, but they can help us to become more sensitive to the issue that every crisis” (BENTELE e WEHMEIER, 2009, p.343).

3 GIDDENS

Falkheimer (2009, p.103) diz que Anthony Giddens, por sua vez, vem apresentar e interpretar a teoria da estruturação e a teoria da modernidade tardia das Relações Públicas. Para isso, Giddens propõe dois argumentos: o primeiro sobre a teoria da modernidade tardia, que surgiu no período secundário da industrialização da modernidade clássica, com o incentivo da transformação social, tecnológica, cultural e econômica. Além disso, o sociólogo acredita que essa teoria pode melhorar a compreensão das Relações Públicas como uma prática evolutiva em termos sócio-históricos; por fim, a teoria da estruturação, que para ele, desafia o paradigma de orientação da massa nas Relações Públicas, podendo ser utilizadas para transformar um instrumento social.

A “estrutura” e a “ação” estão necessariamente relacionadas entre si. As sociedades, comunidades ou grupos, só tem “estrutura” até onde as pessoas agem de maneiras regulares e razoavelmente previsíveis. Por outro lado, a “ação” somente é possível porque cada um de nós, como indivíduo, possui uma enorme quantidade de conhecimento socialmente estruturado (GIDDENS, 2012, p.76).

Através disso, na teoria de estruturação pode ocorrer a dualidade de estrutura, que Giddens diz que:

Somos o que somos como seres humanos principalmente porque seguimos um conjunto complexo de convenções. Por outro lado, como aplicamos essa capacidade de conhecimento a nossos atos, conferimos força e conteúdo às próprias regras e convenções que seguimos. Toda ação social presume a existência de estrutura. Porém, ao mesmo tempo, a estrutura presume ação, pois a “estrutura” depende de regularidades no comportamento humano (GIDDENS, 2012, p.76).

Sendo assim, os editores do livro “*Public Relations and Social Theory: Keys figures and concepts*”, Ihlen, Van Ruler e Fredriksson (2009), afirmam que a teoria de Giddens pode ser utilizada como uma terceira via das Relações Públicas, entre gerencial, funcionalista e abordagens críticas e interpretativas.

4 GOFFMAN

Para a compreensão da interação social e do estudo das relações interpessoais com o público interno e externo, Johansson (2009, p.119) mostra o sociólogo Erving Goffman.

Por meio desde último, Johansson traz alguns conceitos da sociologia, do gerenciamento de impressão, do enquadramento e equilíbrio, e afirma que esses conceitos têm grande influência sobre as noções essenciais das Relações Públicas, que são relações, identificações e imagem.

As relações interpessoais são consideradas um campo de pesquisa promissor, visto que a construção das relações estratégicas é fundamental na pesquisa e nas práticas das atividades de Relações Públicas nos dias atuais. O padrão de relacionamento fornece uma estrutura para analisar a ligação entre os objetivos das Relações Públicas e os objetivos organizacionais, para que possa ser construído plataformas de planejamento estratégico. A perspectiva relacional parte de ideias baseadas na iniciação, manutenção, desenvolvimento e dissolução do relacionamento interpessoal do nível individual para as organizações e públicos.

Com isso, Giddens (2012, p.201) diz que:

A abordagem de Goffman (1959), costuma ser descrita como “dramatúrgica”. Que é uma abordagem baseada em uma analogia com o teatro, no qual o mundo social é visto como um palco de encenações, que as pessoas são de um jeito quando estão encenando e são diferentes quando estão por de trás, nos bastidores (GIDDENS, 2012, p.201).

5 MAYHEW

Stanton (2009, p.212) utiliza o sociólogo Leon Mayhew, a partir do livro "*Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*", para contestar a atividade de RP, como a aplicação de persuasão e influência podem alterar a maneira da opinião pública, e até mesmo da esfera pública. O sociólogo se baseia no empirismo para estabelecer sua posição, e afirma que as relações públicas têm duas esferas concorrentes: a pública e a privada.

Hugh Emy (1976, p.215), "sugere a necessidade de uma distinção clara entre a esfera pública e a esfera privada para que haja uma melhor compreensão da relação entre a política pública e a opinião pública". A partir disso, Mayhew destaca a necessidade de os meios de comunicação realizarem um papel ativo ao investigar e relatar as decisões que forem tomadas na esfera privada, pois essas decisões têm efeitos na esfera pública. Além disso, o sociólogo diz que a sociedade é a portadora legítima da opinião pública e,

essa opinião pública é um produto da democracia e não da influência dos comunicadores.

6 PUTNAM

Luoma-Aho (2009, p.231) apresenta Robert Putnam, que por sua vez, traz o conceito da teoria do capital social, que nos dias atuais é utilizado como base para compreender alguns fenômenos sociais. A teoria do capital social presume que para que uma sociedade tenha sucesso, ela precisa de ligações horizontais, que são as relações que foram construídas a longo prazo, que podem trazer benefícios para a sociedade. Putnam acredita na existência de um sistema de participação que estimula a cooperação. No sentido de que, quanto mais os indivíduos de uma determinada sociedade se relacionarem e confiarem um nos outros, maior pode ser o capital social daquela sociedade.

No contexto das Relações Públicas a teoria de Putnam oferece uma macrovisão dos processos sociais e uma compreensão melhor das consequências sociais nas relações. O sociólogo não aborda como as organizações poderiam construir um capital social melhor, mas quais os benefícios e a importância dele. Além disso, diz que a teoria não pode ser aplicada para descrever o tipo de comunicação ou seu conteúdo, porém pode ser aplicada para afirmar que a comunicação é benéfica a longo prazo.

7 DOROTHY SMITH

Dorothy Smith foi a primeira socióloga a fundar a teoria feminista na teoria social. No livro *“Public Relations and Social Theory: Keys figures and concepts”*, Rakow e Nastasia (2009, p.252) afirmam que o trabalho de Smith deve ser considerado à luz das várias posições teóricas feministas existentes até os dias atuais, pois a socióloga traz a discussão sistemas de gênero, identidades das mulheres, relações de poder, injustiça social e mudança social.

Além disso, a socióloga traz a consciência crítica sobre o gênero transformando a sociologia das mulheres em uma sociologia mais ampla para as pessoas, teorizando a "consciência bifurcada" sobre o poder. Na teoria da bifurcação, Smith tem a intenção de transmitir uma distinção conceitual entre o mundo como nós o experimentamos e o mundo no qual passamos a conhecer por meio das estruturas conceituais que a ciência inventa.

Com a necessidade de se criar uma teoria feminista do ponto de vista das mulheres, a primeira pergunta que Smith lançou foi: “*Como seria uma sociologia que partisse do ponto de vista das mulheres?*”. A partir disso, a socióloga afirmou que todo conhecimento é um conhecimento único, de um ponto de vista diferente e particular de cada indivíduo, mas que para ela, o conhecimento que a sociedade impõe, esconde por trás um viés masculino. Além disso, ela diz que a sociologia como disciplina, atua em um sistema social maior, que contém estruturas tanto de poder político, como de poder econômico.

Os conceitos de Smith estão relacionados às Relações Públicas, de forma que através das múltiplas posições teóricas, é possível descobrir pressupostos na teoria das relações públicas feministas, além de refletir se há a necessidade de se criar uma teoria crítica das estruturas de poder dominante. Bentele e Wehmeier (2009, p.355) dizem que a a teoria feminista de Smith, “os estudiosos podem tentar gerar modelos para mapear como as instituições devem responder às necessidades dos públicos ao invés de trabalhar com modelos em que as pessoas têm intenção de praticar relações públicas”⁵.

8 WEBER

O livro apresenta por último Max Weber. Waeraas (2009, p.301), traz o conceito de legitimidade e legitimação de Weber, que são conceitos importantes para a compreensão da finalidade e das práticas das atividades das Relações Públicas, especialmente por mostrar a dependência da legitimidade e a necessidade de cultivar as crenças para preservar um status na sociedade.

Segundo as ideias do sociólogo, havia três possíveis classificações para a legitimidade: a crença na tradição, o fundamento carismático e o fundamento racional. Sendo considerado o principal, o fundamento carismático, que tem a intenção de esclarecer sobre as tendências atuais sobre as práticas das Relações Públicas para dotar as organizações com características de personalidade atraente. O foco weberiano na legitimidade, contribuiu para a melhor compreensão dela como propósito da atividade de Relações Públicas.

⁵ Tradução livre para: Rakow and Nastasia's idea that by relying on Smith's feminist theory, scholars can try to generate models for mapping how institutions should respond to the needs of publics rather than working with models in which people intent of public relations practioners (BENTELE e WEHMEIER, 2009, p.355).

CONCLUSÃO

O artigo foi baseado no livro "*Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*" que apresenta o estudo da teoria social de alguns sociólogos sobre as Relações Públicas.

A partir desse estudo, foi possível identificar e perceber que através da visão dos sociólogos há várias vertentes descritivas e explicativas das Relações Públicas. Em Berger nota-se que a crise é um resultado da comunicação ruim entre a organização e seus públicos. A sociologia de Bourdieu auxilia nas atividades de RP dentro de uma organização na determinada posição dos “campos”, que são os meios em que a vida social e as relações de poder se organizam. Na perspectiva de Giddens, as Relações Públicas são como um sistema de respostas, um subsistema organizacional, utilizado no conflito entre os públicos. Em Goffman há o destaque das relações interpessoais, mostrando um padrão de relacionamento que oferece uma ligação entre os objetivos de RP e da organização, sendo possível a construção de um planejamento estratégico de comunicação a partir disso. Já em Mayhew ressalta-se que os meios de comunicação devem realizar um papel ativo na investigação e exposições de decisões que foram tomadas na esfera privada, pois essas decisões tomadas influenciam na esfera pública.

Por sua vez, em Putnam é possível ter uma macrovisão dos processos sociais, não abordando como as organizações poderiam estabelecer um capital social mais viável, e sim quais os benefícios e importância desse capital social. Smith pode ser considerada a vertente teórica voltada às teorias feministas nas Relações Públicas, trazendo a discussão sistemas de gênero, identidade das mulheres, relações de poder, injustiça e mudança social. Por fim, Weber traz os conceitos de legitimidade e legitimação para a melhor compreensão das práticas e das atividades de Relações Públicas, tendo como finalidade preservar a legitimidade organizacional.

REFERÊNCIAS

BENTELE, G. *Linking Sociology with Public Relations – Some Critical Reflexions in Reflexive Times*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009.

FALKHEIMER, J. *Interpreting Public Relations Anthony Giddens's Structuration and Late Modernity Theory*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009.

FARGANIS, J. **Leituras em Teoria Social: da Tradição Clássica ao Pós-modernismo**. 7ª Edição. Porto Alegre: Artmed, 2016.

GIDDENS, A. **Sociologia**. 6ª Edição. Porto Alegre, 2012.

HEIDE, M. *A Social Constructionist Perspective on Public Relations and Crisis Communication*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009.

IHLEN, O. *Public Relations in Field Struggles*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009.

IHLEN, O; RULER, B, V; FREDRIKSSON, M. *Public Relations and Social Theory: Key Figures and Concepts*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009

JOHANSSON, C. *Researching Relations with Erving Goffman as Pathfinder*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009

LUOMA-AHO, V. *Bowling Together – Applying Putnam's Theory of Community and Social Capital to Public Relations*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009

PERUZZO, Cecilia K. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. 4ª Edição. Summus Editorial, 1986.

RAKOW, L; NASTASIA, D. *On Feminist Theory of Public Relations*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009

SIMÕES, R. P. **Relações Públicas: função política**. Summus Editorial. Porto Alegre, 1995.

STANTON, R. *The Demonization of Soft Power and the Validation of the New Citizen*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009

WAREAAS, A. *Legitimacy and Legitimation in Public Relations*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009.

WEHMEIER, S. *Linking Sociology with Public Relations – Some Critical Reflexions in Reflexive Times*. IN: IHLEN, Oyvind; et al. *Public Relations and Social Theory: keys figures and concepts*. New York: Routledge Publications, 2009.