

COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS SOB UM OLHAR COMPLEXO: articulações teóricas preliminares

KEGLER, Jaqueline Quincozes

Doutoranda

UFSM

jaque.kegler@gmail.com

FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan

Doutora

UFSM

fossa@terra.com.br

RESUMO

Apresentamos o Interacionismo Simbólico como uma das possibilidades de se pensar a comunicação social de forma complexa; logo, a relação entre o Interacionismo e a Teoria do Meio se apresenta como uma articulação teórica que traz um maior entendimento do processo de mediação contemporâneo. Estabelecidos os elos teóricos preliminares, a área de Relações Públicas é pensada como atividade estratégica no cenário da mediação, capaz de legitimar sujeitos e instituições.

Palavras-chave: Comunicação Social. Relações Públicas. Complexidade.

1 A COMPLEXIDADE NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

A problemática da complexidade é trazida pelas transformações operantes nas ciências da natureza do homem, tornando-se uma exigência e uma necessidade social e política na contemporaneidade. Essa perspectiva é embasada nas Teorias da Informação, da Cibernética e dos Sistemas, recebendo ainda aportes da Teoria do Caos e da Física Quântica. Neste sentido, o Interacionismo Simbólico que apresentamos a seguir se configura como uma das possibilidades de pensar a comunicação social pelo Paradigma proposto por Edgar Morin.

Antes do “desenvolvimento” ou do “reconhecimento” da complexidade nos processos de comunicação, tínhamos como referência principal, até os anos 1960, a Teoria Matemática da Comunicação ou Teoria da Informação de Shannon e Weaver, a qual apresentava a comunicação como um processo linear de envio e recebimento de informações, sem considerar intenções, significações ou influência dos meios. Porém, o reconhecimento da comunicação como processo não linear teve início com o Interacionismo Simbólico. Para o Interacionismo Simbólico, as interações humanas constituem o social, os comportamentos, os significados e os objetos, de forma que a interatividade simbólica é considerada característica intrínseca da humanidade. Assim, os modelos lineares e unidirecionais são contestados, tendo em vista a capacidade dos sujeitos de interpretar e de constituir os significados.

Ao considerar a condição humana de estabelecer a organização e a significação dos acontecimentos e dos objetos sociais através das interações, o Interacionismo remete o estudo dos fenômenos comunicativos para além do envio e do recebimento de informações, pois considera a amplitude do processo e sua relação com a cultura. O empirismo que permeia a visão interacionista faz com que cada fenômeno seja único, pois a comunicação se dá na interação indivíduo-sociedade, através da qual são estabelecidos processos de atribuição de sentidos e de investimentos simbólicos, de acordo com a realidade dada e com o repertório de cada sujeito.

O Interacionismo Simbólico é uma corrente de estudos da Escola Americana,

fundada por George Herbert Mead, professor na Universidade de Chicago no período de 1893 a 1931, que tinha como princípio a compreensão da conduta humana sob um olhar social. A denominação da teoria como “Interacionismo Simbólico” foi dada somente em 1937, por Herbert Blumer, sociólogo, ex-aluno e discípulo de Mead, fato que fez emergir o aspecto interpretativo dos fenômenos. A proposta de Mead (1972) estruturava-se na inter-relação entre psicologia e sociologia. Segundo o autor, é por meio da convergência entre indivíduo e sociedade que a comunicação se realiza. Há três elementos inseparáveis e inter-relacionados que constituem o fenômeno social - a sociedade, o indivíduo e a mente. Para Blumer (1969), o processo interativo estabelece-se na relação entre atores sociais, sendo que os indivíduos são mutantes, socializam-se nos processos interativos, possuem habilidades para selecionar estímulos, atribuir significados, interpretar situações, emitir julgamentos sobre si e sobre os outros, isto é, podem redefinir-se constantemente.

No processo de interação, os sujeitos assumem papéis, sendo esta a condição para a comunicação simbólica. As premissas básicas da interação simbólica categorizadas por Blumer (1969) são: o ser humano comporta-se em relação às coisas segundo o significado que estas têm para ele; o significado é decorrente da interação social, e os significados são manipulados ou modificados pelo indivíduo por meio do processo interpretativo usado por ele ao lidar com as situações com que se depara.

Além de Mead, Blumer e seus seguidores, há um grupo de pesquisadores americanos de diferentes áreas do saber que teve visibilidade nos anos 1940 e se posicionou determinantemente contrário à teoria de Shannon e Weaver. Esse grupo, denominado de Escola de Palo Alto, teve início em 1942, motivado por Gregory Bateson, que apresentava uma visão circular do processo de comunicação, agregando ao receptor funções tão importantes quanto as do emissor. A proposta da Escola de Palo Alto manifesta-se na explicação de uma situação global de interação com base em conceitos e modelos da abordagem sistêmica, da lógica e da linguística, de forma que as interações se definiam também como trocas entre os subsistemas, e a noção de comunicação não se apresentava isolada como ato verbal e sim como processo social integrado por múltiplos modos de comportamento, sempre levando em consideração o contexto - o ambiente social no qual ocorrem as interações.

A Escola de Palo Alto contribuiu significativamente para uma teoria sobre os processos de comunicação como interações. Foi reconhecida apenas nos anos 1980, com a crise dos modelos macrosociológicos que emergiram nos anos 1960 através de Erving Goffman, sociólogo representante da Escola de Chicago, que retomou estudos acerca do Interacionismo Simbólico, tendo como “motivador” os estudos de Georg

Simmel.

Com base em Moraes Filho (1983) entendemos que George Simmel plantou as bases da microsociologia, pois considerava as formações sociais como semelhantes à anatomia e como átomos da sociedade que fundamentam toda dureza e toda a elasticidade da vida social. Goffman iniciou sua tese de doutorado referenciando Simmel e considerando as interações sociais como constituintes da trama da ordem social, pois se constituem a partir de regras institucionais, como a família, por exemplo. De acordo com Goffman (2001), o comportamento é pautado por um conjunto de códigos e sistemas de regras. Há uma sintaxe, uma semântica e uma pragmática do comportamento, sendo o próprio comportamento o fundamento de um sistema de comunicação. O autor considera que as interações apresentam suas próprias regras, que são exteriores aos indivíduos. Essa perspectiva valoriza a relação interdependente entre indivíduo, meio e seus pares, na qual cada comportamento individual é afetado pelo comportamento dos outros, e a interação é uma série complexa de mensagens entre as pessoas.

Dado o exposto, relacionamos o Interacionismo Simbólico com a questão da comunicação contemporânea, principalmente no que se refere à reciprocidade e aos meios de comunicação como elementos existentes nas interações da atualidade. Passamos, guiados pela perspectiva complexa, ao estabelecimento de uma relação do interacionismo com as relações midiáticas da contemporaneidade, uma vez que a natureza e o desenvolvimento dos meios de comunicação são características essenciais da cultura e das dimensões centrais na sociedade. A circulação de formas simbólicas possui um papel fundamental e crescente; é uma característica onipresente na vida que assume novos contornos frente aos meios técnicos de produção, de reprodução e de circulação das informações.

No “espaço midiático” (Sodré, 2002) contemporâneo, grande parte das interações se estabelece através de meios de comunicação. Dessa forma, ao tratarmos de fenômenos de comunicação midiática, é imprescindível que seja estabelecida uma relação entre as teorias propostas anteriormente e os meios e dispositivos atuais. A midiática é uma ambiência que transpõe as características tecnológicas dos meios de comunicar, interferindo intensamente nas formas de sociabilidade. É um fenômeno exemplificador da complexidade no campo da comunicação, no qual a mídia se manifesta para além das características dos meios enquanto instrumentalidades. Ao considerarmos a comunicação midiática como resultante da articulação entre os dispositivos tecnológicos e as condições específicas de produção e de recepção,

conforme Verón (1997), a midiatização surge não apenas como processo originado pela acelerada evolução tecnológica, mas também pela evolução das demandas sociais.

A história da humanidade em diversos e predominantes momentos é marcada e constituída por interações sociais face a face, através das quais os indivíduos se relacionavam entre si e estabeleciam um intercâmbio de formas simbólicas, geralmente em um ambiente físico compartilhado. Na atualidade, algumas dessas interações incorporaram meios tecnológicos que possibilitaram o encontro a distância. O “encontro a distância” é um indício da complexidade e das relações ligadas ao princípio dialógico. A existência de contrários complementares auxilia na organização social de hoje, pois colabora e delinea o fenômeno da midiatização como um fluído que permeia todas as partes e os processos sociais, possibilitando a comunicação sem a necessidade de compartilhamento de um mesmo espaço físico e, muitas vezes, sem necessidade de um mesmo estado temporal.

É necessário ressaltar que não há uma transformação nas formas de comunicar e sim a incorporação de novas formas como um fenômeno cultural gerenciado pela comunicação humana com base em suas aspirações. Toda a evolução tecnológica dos meios de comunicação é a evolução do próprio homem e de sua cultura. Os novos meios e suas interações não excluem os seus predecessores, apenas os complementam. Além de mudar o sentido de espaço e de tempo, os meios são capazes de criar novos ambientes sociais. Essa relação entre o meio e as interações é possível através do estabelecimento de uma análise entre a Teoria do Meio, de Herbert Marshall McLuhan (1971), que representa uma transição do paradigma matemático informacional ao tempo da midiatização e do Interacionismo Simbólico.

McLuhan (1971) introduz noções como “o meio é a mensagem” e “aldeia global”, que agem como metáforas para a análise das transformações da sociedade contemporânea e suas imbricações com a tecnologia. A Teoria do Meio tem como objeto de estudo o meio de comunicação em si, sem estabelecer a relação entre os meios de comunicação e as interações entre os sujeitos, buscando compreender como um novo meio modifica as formas de acesso a informações e reformula a cultura. O Interacionismo Simbólico, por sua vez, possui como objeto de estudo o comportamento humano e social, dando pouca relevância aos efeitos desses meios nas interações e preocupando-se em descrever situações e comportamentos, conforme características individuais e contextuais de cada um, que são construídas conforme o acesso à informação e ao conhecimento.

É relevante considerar que, no espaço midiatizado, a análise dos meios e a análise dos comportamentos se entrecruzam e estabelecem a cultura e os fenômenos

de comunicação social. Talvez seja comprometedor analisar um fenômeno de comunicação sem considerar o que o meio influencia e o que o comportamento influencia no fenômeno, pois os próprios meios são originados de situações sociais e comportamentais do ser humano. Os meios modificam os comportamentos, e os comportamentos modificam os meios; é um processo cíclico e constante.

Para Thompson (1995), a própria transmissão cultural e a troca de formas simbólicas são fenômenos sociais, sendo que se estabelecem por meio da combinação de três modalidades: o meio técnico, o aparato institucional e o distanciamento espaço-temporal. Os meios técnicos são componentes materiais de produção, reprodução e transmissão das formas simbólicas; o aparelho institucional de transmissão é o conjunto específico de articulações institucionais onde o meio técnico é elaborado e os indivíduos da codificação e decodificação estão inseridos com capacidade de projetar, planejar e organizar comportamentos e situações; o desligamento do contexto de sua produção e a inserção em novos contextos que podem ser situados em diferentes tempos e locais, possibilitando a extensão da acessibilidade no espaço e no tempo. Novamente, observamos que a cultura e seu processo de construção possuem como elementos definidores tanto os meios como os comportamentos e as situações interacionais. Os sentidos são construídos coletivamente, de forma pluralista, caracterizando a polifonia da sociedade e as interações entre os sujeitos, entre os campos e entre as organizações sociais.

Temos atualmente nos estudos de comunicação social, especificamente de Relações Públicas no Brasil, um início de exploração do Paradigma da Complexidade pela comunidade acadêmica, em especial, pelos programas de Pós-Graduação. Para Morin (2006), o conhecimento ocorre a partir da articulação e da contextualização de informações, o que remete ao grande desafio que representa transpor teorias lineares para alcançar um entendimento multidimensional da comunicação, da organização e de seus contextos.

Nesse contexto de complexidades, as Relações Públicas podem incorporar fundamentos da midiatização de forma a atualizarem-se frente às possibilidades de comunicação que se apresentam e atuar de forma estratégica e coerente com a instabilidade do ambiente interno e externo à organização. Morin (2006, p.81) pontua que a “ação supõe a complexidade, isto é, acaso, imprevisto, iniciativa, decisão, consciência das derivas e transformações”. A “palavra estratégia se opõe à programa” (MORIN, 2006, p.81), pois, para as sequências integradas a um meio ambiente estável, convém utilizar programas, e o programa não obriga a estar vigilante e nem mesmo a inovar.

A atividade de Relações Públicas na comunicação atual visa à participação cidadã e reflexiva, utilizando todos os recursos e meios tecnológicos disponíveis. Ao utilizar os meios estrategicamente nas suas ações de comunicação, a atividade constitui-se como gerenciadora da visibilidade das organizações no espaço midiático, com habilidade para divulgar acontecimentos, gerá-los, mas, acima de tudo, apresentar a organização *com suas próprias palavras* (através do planejamento e gerenciamento das tradicionais ferramentas e também das formas contemporâneas como os blogs corporativos e ouvidorias digitais, por exemplo), sem estar sujeita de imediato às condições de produção dos veículos tradicionais da mídia e guiada pelo princípio da legitimidade, conforme apresentado a seguir.

2 RELAÇÕES PÚBLICAS E MEDIATIZAÇÃO: ALUSÃO À RELAÇÃO INDÍVIDUO-SOCIEDADE-ESPÉCIE

Consideramos uma perspectiva de Relações Públicas sob o viés do Paradigma Complexo de Edgar Morin, pois o paradigma funcionalista no qual se funda a atividade de Relações Públicas no Brasil, com forte influência da ditadura militar, possui insuficiências que comprometem a atualização da área e “tem levado a um reducionismo em abordar a área de Relações Públicas na sua concepção do *como-fazer* identificando o profissional de Relações Públicas como *tarefeiro*” (SCROFERNEKER, 2005, p. 26). Ressaltamos

[...] a necessidade de rever as lentes empregadas para o pensar e o agir em comunicação organizacional e, particularmente, em relações públicas. Os sujeitos/públicos assumem papéis de agentes no processo organizacional. Isso significa admitir que já não se pode pensar as ações de comunicação/relações públicas como simples estratégias para seduzir/persuadir/manipular o outro em relação. Trata-se de uma concepção diferente daquelas que, durante muito tempo, orientaram as Relações Públicas (e ainda apresentam-se basilares para muito do pensar/fazer na área). Portanto, é preciso por em suspenso as noções de Relações Públicas que, dentre outras coisas, a concebiam/concebem como: a) simples conjunto de atividades para promover a harmonização entre a entidade e seus públicos; b) ações para lograr a boa vontade dos públicos de interesse; c) mero exercício de poder político-simbólico da entidade sobre seus públicos; e d) ações de divulgação e propaganda com o objetivo de conseguir mais visibilidade e opinião pública favorável. Não se pode reduzir Relações Públicas a um conjunto de tarefas cotidianas (BALDISSERA; SÓLIO, 2005, p. 97).

A partir dessas constatações, refletimos com a intenção de possibilitar mais argumentos na relação entre Relações Públicas e Midiatização, a qual representa o espaço complexo da sociedade contemporânea. Com mais incertezas do que certezas, apontamos um possível “vir a ser” da atividade de Relações Públicas, caracterizado eminentemente pela influência do espaço midiatizado da atualidade, no qual as ações precisam ser estratégicas para: estabelecer a relação de comunicação entre instituições e públicos; possibilitar através da relação de comunicação o diálogo entre as partes e o debate de interesse público; legitimar as organizações por ações dialógicas de reconhecimento e não por ações persuasivas; e contribuir, dessa forma, para cidadania e democracia no país.

Sob a égide do Paradigma Complexo de Edgar Morin, objetivamos superar a ideia de passividade, tanto do receptor enquanto público nos processos comunicacionais, como das partes que constituem o todo social. É comum o entendimento de que as “partes” estão presentes e que possuem tais funções que não evoluem conforme o ambiente. A partir disso, resultam processos de comunicação insuficientes para o diálogo, ligados a funções operacionais e à busca da persuasão.

Considerando o princípio dialógico, é possível propor a união de noções ou de concepções que por outros paradigmas seriam considerados excludentes ou contraditórios. Enquanto a midiatização é uma lógica, em geral, mercadológica que visa aos objetivos de uma das partes, a comunicação desenvolvida por profissionais Relações Públicas, sob a ótica aqui proposta, visa ao interesse coletivo através de uma relação pautada pelo diálogo. A midiatização vinculada aos seus principais atores - aos meios e à comunicação tradicionais - é responsável por uma comunicação caracterizada pela linearidade e pela persuasão, com exceção das novas possibilidades que se apresentam no decorrer dos próximos anos no país. Logo, a atividade de Relações Públicas pode utilizar-se dessas lógicas, em especial dos formatos desses meios, para buscar o interesse público, tendo em vista que o que “seduz” o público são as características dos meios tradicionais. Sendo essa “adaptação” a questão estratégica emergencial, consideramos como atribuição de Relações Públicas as suas funções contextuais de diagnóstico, planejamento, conhecimento e reconhecimentos dos públicos.

Não queremos dizer que os Relações Públicas devem seguir padrões em suas estratégias de comunicação, dos meios tradicionais e de mídia. Apenas queremos entender que há um “padrão” aceito de comunicação social no país, o qual pode ser adaptado e redirecionado para uma relação de comunicação. É possível considerar essa possibilidade a partir do pensamento complexo, por meio do qual se apresentam noções

que tendem a se excluir, colocando-as em diálogo. A complexidade pode promover tencionamentos teóricos e práticos, um natural repensar e, possivelmente, uma evolução do que é considerado como base da área. Compreendemos que é a área de Relações Públicas que possibilita esse diálogo e essa solidariedade entre organizações, públicos e processos de mediatização.

Delineia-se aqui o princípio hologramático, sendo quase um paradoxo dos sistemas organizacionais complexos, pois tanto a parte está no todo como o todo está nas partes. A totalidade do espaço mediatizado, como uma ambiência da contemporaneidade, está presente em cada “célula” individual, nas instituições, na comunicação organizacional, na atividade dos Relações Públicas, que aprendem com a lógica mediatizada a planejar estratégias de comunicação adequadas ao contexto vivido. Há uma interferência mútua, não sendo possível descartar qualquer parte do sistema social sem influenciar no andamento das outras partes. Ao mudar uma delas, em adição, mudam-se a sociedade, os cidadãos, a democracia, a cidadania e o debate de assuntos de interesse público, pois cada sujeito é produzido pela cultura em que está inserido, de forma que se autorregulamenta conforme o ambiente. Assim, é estabelecido o princípio da recursividade, que rompe com a ideia linear de causa/efeito e produto/produtor, pois a relação complexa é contínua e recíproca, constituindo-se em um processo circular de existência.

Sob a perspectiva da complexidade de Edgar Morin, a relação indivíduo-sociedade-espécie tem como eixos os princípios de recursividade organizacional, o hologramático e o dialógico. Dessa forma, todos os processos de comunicação (ou não) são partes de uma totalidade, que no dinamismo organizacional e social interagem diversificadamente e sustentam o conjunto. A relação hologramática, que reconhece que o indivíduo está na sociedade, a qual está no indivíduo e na espécie, é recursiva devido ao fato da sociedade regular constantemente as intenções de quem a produz, as quais retroagem sobre os indivíduos e as espécies, e dialógica, porque o diálogo entre os componentes da relação não é livre de contradições.

Por isso, os processos dependem dos indivíduos, que dependem da organização social, a qual depende dos processos auto-organizacionais do sistema biológico humano, sempre tendo recursividade e relações dialógicas interdependentes. Logo, analogicamente nesse estudo, temos que a relação é hologramática, pois a atividade de Relações Públicas está para a organização, assim como o cidadão está para as instituições, ou como o indivíduo está na espécie. É recursiva, porque os princípios organizacionais e sociais devem regular constantemente as estratégias de Relações Públicas, as quais, inevitavelmente, vão retroagir sobre esses princípios, apresentando

as contradições e propondo novos caminhos.

Considerando esse “todo” relacional, indicamos como o possível “vir a ser” de Relações Públicas o apresentado por Baldissera e Sólido (2005) como uma filosofia de relacionamento, relativa à concepção, à postura e à atitude atualizada no nível dos pressupostos básicos que norteiam a instituição como um sistema interdependente do entorno eco-sócio-cultural, com o qual estabelece relação dialógica, recursiva e hologramática.

[...] é preciso dizer que na atual constituição da sociedade, sob a perspectiva da complexidade e do individualismo responsável, as Relações Públicas tendem a focar-se na ação construtiva/transformadora do tecido sociocultural, atualizando-se em processos mediadores e integradores dos diferentes anseios/desejos/necessidades dos diversos sujeitos-força envolvidos (indivíduos, públicos, entidades), para que o clima seja de compreensão, cooperação, confiança, respeito e tolerância, com o objetivo de atingir o “algo melhor” eco-sócio-cultural (BALDISSERA, SÓLIO, 2005, p. 14).

A partir dessa percepção, torna-se imprescindível a atividade de Relações Públicas como área estratégica no cenário midiático. O objetivo-chave seria o bem maior, que é o interesse público. No entanto, o objetivo geral se diluiria em objetivos específicos que recursivamente buscariam a legitimidade institucional, sem persuadirem, de forma redundante, por meio de ações legítimas de relacionamento. Buscamos unir o que está separado, e a relação causa-efeito passa a ser circular e mútua entre seus elementos, pois a simplificação é integrada, recusando as consequências redutoras e unidimensionais.

Os princípios apresentados pela perspectiva complexa são interdependentes, assim como são os elementos de um sistema social, pois a ideia do holograma vai além do reducionismo, que só vê as partes, e do holismo, que só vê o todo, excluindo a lógica linear. A ideia recursiva rompe com a ideia linear de causa/efeito e de produto/produtor, pois toda produção volta sobre o que o produz num ciclo autoconstitutivo, auto-organizador e autoprodutor.

É possível considerar que a organização é autoprodutora de si, produtora dos indivíduos a sua volta e produtora da sociedade em que se insere. Por isso, os princípios da Relações Públicas propostos, a seguir, são ancorados pelo Paradigma Complexo, pois nessa visão a sociedade e os indivíduos, ao mesmo tempo em que são produtores da organização, podem ser formados e informados por relações comunicacionais. Entendemos que a relação indivíduo, sociedade e espécie é passível de analogias para o melhor entendimento dos princípios da complexidade, o que possibilita visualizar a

ideia de continuidade e de interdependência dos elementos que constituem a teia social e sua especificidade conforme a análise proposta. Porém, salientamos que sempre a relação apresentada ou a própria análise estará aberta, incompleta e insuficiente para contemplar os fenômenos sociais, apenas contribuindo para o esclarecimento momentâneo que logo será reconstruído por novas reflexões e tencionamentos.

3 LEGITIMIDADE E ESTRATÉGIA: PRINCÍPIOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO ESPAÇO MIDIATIZADO COMPLEXO

Pensamos a práxis de Relações Públicas como ativa e estratégica no que se refere à visibilidade midiática das instituições e ancoramos nosso posicionamento em Sodré (2002) e Castells (1998), que defendem a mídia não como um suporte técnico, mas como uma ambiência que resulta em sociabilidades e representações sociais diversas.

Com características de mídia, os instrumentos e as ações de Relações Públicas têm a função e a competência para envolver os segmentos da sociedade em um debate democrático por pensar e proporcionar a acessibilidade às informações de acordo com as peculiaridades de cada público, não excluindo a característica coletiva dos meios de comunicação. As práticas profissionais são otimizadas pelos suportes tecnológicos e se constituem como meios de comunicação no espaço midiático. Dessa forma, os meios são caracterizados não somente pelo seu “alcance”, mas também pela relação que estabelecem entre os sujeitos que se comunicam ao mesmo tempo em que a mídia se constitui pelos seus meios técnicos e pelas causas, relações e consequências que esses meios promovem. Considerar as Relações Públicas, em parte, como responsáveis pela sobrevivência das organizações sociais no espaço midiático leva-nos a inseri-las num contexto de complexidades, através do qual almejamos justificar sua função estratégica no que se refere a ações, tanto as já definidas em um planejamento prévio, como as não previstas.

O termo “legitimidade”, baseado em Berger e Luckmann (1985), é o conceito que guia a relação, no contexto midiático, entre Comunicação Social e Relações Públicas. Nesse contexto, apenas estar visível não agrega legitimidade, por isso a importância do trabalho de Relações Públicas enquanto organizador estratégico de sua visibilidade, a qual possa justificar socialmente a organização, pelos seus valores, princípios, funções, e não meramente por seus atores e partes fragmentadas. O processo de legitimação acompanha o processo de institucionalização e objetiva explicar e justificar a organização perante a sociedade. Berger e Luckmann (1985) propõem que grande parte do indivíduo está submetida a uma contínua interferência

socialmente determinada, tendo a sociedade o poder fundamental para a formação individual, sendo que a identidade pessoal não pode ser compreendida fora do seu contexto social. A ordem social é produto exclusivo do ser humano e construída a partir de suas exteriorizações, emergindo, mantendo-se e sendo transmitida por meio da institucionalização. Podemos considerar a institucionalização como uma resposta à desorganização social na medida em que visa sempre a um estado de equilíbrio. A institucionalização é vista como a viga mantenedora do sentido social, pois é através dela que a realidade é ordenada.

O passar das gerações exige a constante justificação da ordem social, ou seja, um processo de legitimação, no qual o mundo institucional é explicado e justificado. A sociedade, para existir, precisa de um vínculo de conhecimento comum cujos valores sejam também comuns. As objetivações tendem a ser transmitidas, e o indivíduo, ao longo das gerações, rompe a história e sua biografia e, para restaurá-las, é preciso haver explicações e justificações dos elementos da tradição institucional. De certo modo, o processo de legitimação apresentado por Berger e Luckmann (1985) pode ser equiparado com o processo de ordem e desordem elucidado por Morin (2006).

Como alusão ao princípio dialógico, consideramos dois estados de existência ou experiência frente à instituição, como se fossem duas gerações. Uma geração está em fase avançada no processo de aprendizagem dos valores e dos princípios sobre aquela instituição, enquanto a outra geração inicia esse processo. Para a instituição, os processos são simultâneos ao mesmo tempo em que tratam da ordem estabelecida; a desordem exige que se aperfeiçoe e se pense em novas formas de se fazer entender para essa nova geração. Complexificando ainda mais, quando a geração está em estágio avançado de entendimento, está apta para criticar, exigir e propor que a ordem institucional se atualize frente a um novo cenário social.

A desordem é necessária para o estabelecimento da ordem. E a legitimação confirma-se como o processo que esclarece a ordem institucional. Concedendo validade a seus significados, ela implica a existência de valores e sua transmissão; afirma ao indivíduo o porquê se deve realizar uma ação e não outra e o porquê das coisas serem o que são e como são; e, mais do que isso, explica em ações a adaptação ao contexto social e às novas formas de sociabilidades. A legitimação é uma integralidade almejada e conquistada diariamente, pois o processo de legitimação numa sociedade complexa nunca se finda. Sendo a comunicação o principal componente no processo, é através dela que a organização constitui-se, constitui os indivíduos e a sociedade de forma recursiva. A necessidade da instituição legitimar-se é evidenciada pela complexidade da sociedade atual, e este processo passa, obrigatoriamente, pelos meios de

comunicação. Segundo Barichello (2001, 2005, 2006), o processo de legitimação depende cada vez mais da mediação dos meios de comunicação, que atuam como a instância que torna as ações visíveis e, portanto, aptas a disputarem a sua legitimidade.

Ao considerar a complexidade, as Relações Públicas tornam-se aptas para planejar e executar estrategicamente os processos de comunicação que visam à legitimação institucional, pois através da visão multifocal de ambientes e acontecimentos, própria da área, proporciona a apuração e o planejamento de ações e de estratégias coerentes, tanto com a instituição como com o ambiente e os indivíduos. Conforme a perspectiva da complexidade e as questões teóricas da mediatização, o estar visível sem uma razão justificada socialmente não agrega legitimidade. A mera visibilidade não prevista ou não planejada não garante a sua legitimidade devido ao fato dos sujeitos sociais não serem receptáculos de informações da mídia e também pela diferença que há entre a informação e a comunicação, sendo a segunda capaz de proporcionar legitimidade através do diálogo.

O planejamento da comunicação, a relação a ser estabelecida, e também da informação, a mensagem a ser transacionada, e principalmente a reflexão sobre possibilidades aleatórias de acontecimentos imprevistos e o planejamento de ações para esses casos é o que demarca estrategicamente a busca de legitimidade, pois, assim, trabalha-se com ações estratégicas de enunciação e reconhecimento, ou seja, é preciso reconhecer “se as razões invocadas para legitimar os discursos, as ações e omissões no seio de uma comunidade, podem ser reconhecidas não só por seus interlocutores, mas também pelos que acompanham estas ações através dos meios de comunicação” (BARICHELLO, 2001, p. 89).

Consideramos aqui a necessidade de ações dialógicas que relacionem a instrumentalidade existente nas práticas de Relações Públicas e o contexto social, político e econômico atual, sendo justamente por isso que acreditamos estar em uma crise estrutural que apontará o desenvolvimento de novas alternativas de ação, seja para Relações Públicas, seja para a própria comunicação social guiada pelo fundamento democrático do país. Porém, todos esses contextos são interligados e permeados por uma lógica de funcionamento ditada pelas interações mediatizadas, tanto através de seus conteúdos como de seus meios. É preciso, nesse momento, o conhecimento e a apropriação dessa lógica para poder pensar na possibilidade de uma nova perspectiva de ação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As demandas sociais e organizacionais clamam pelo diálogo e pela legitimidade de suas ações, de forma que o processo de mediação pode contribuir para um repensar teórico que possibilite novas práticas e também novas teorias. Não temos de um lado o indivíduo e de outro a sociedade, de um lado a espécie, do outro os indivíduos, ou de um lado o profissional e de outro o pesquisador, por isso é preciso integração.

A área de Relações Públicas com seu enfoque nos relacionamentos é imprescindível para atender aos anseios dos novos tempos numa perspectiva da área como sujeito comunicacional e estratégico no cenário da mediação. A mídia da forma como a concebemos é relatada enquanto elemento central nas relações sociais, econômicas e políticas, mas é utilizada ainda com o intuito de qualificar a opinião pública frente à imagem dos sujeitos, sejam essas pessoas ou instituições, podendo ser da organização para público-cidadão, e a organização pode desenvolvê-la conforme seus princípios.

Há uma potencialidade inexplorada no sentido de buscar legitimidade através de ações de comunicação estratégicas, por isso entendemos ser necessários elos teóricos que justifiquem a comunicação social nas organizações sociais contemporâneas para além das instrumentalidades, o que seria útil também socialmente, pois, através de uma comunicação estratégica para a cidadania, a instituição tenderia à legitimação de seus atos, e os cidadãos estariam, ao menos, mais próximos do poder de escolha e do diálogo.

Nesse sentido, a mediação apresenta as possibilidades de novas relações não presenciais, mas com a dualidade que permite aos dois polos da comunicação e a possibilidade de se manifestarem sem a predominância de um sobre o outro, o que denominamos como sujeitos comunicantes. A mediação, ao mesmo tempo em que sugere uma lógica de mercado, contribui para ocasionar a utilização em grande escala de seus novos meios, os quais são os mais utilizados na sociedade contemporânea como forma de interação social. Ao lado do aperfeiçoamento das ações de Relações Públicas já existentes, consideramos o contexto da complexidade fértil para a superação da visão funcional e para ir em direção ao reconhecimento da comunicação como construtora de sentidos elaborados mutuamente por todos os sujeitos envolvidos.

SOCIAL COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS UNDER A COMPLEX VIEW: preliminary theoretical articulations

ABSTRACT

We present the Symbolic Interactionism as one of the possibilities of thinking the social communication in a complex way, therefore, the relation between Interactionism and the

Theory of the Medium comes as a theoretical articulation that brings a larger understanding of the process of contemporary mediatization. Established the preliminary theoretical links, the area of Public Relationships is thought as strategic activity in the mediatization scenery, capable of legitimating subjects and institutions. market, trying to associate its commercial structure to the construction of cultural identities.

Keywords: Social Communication. Public Relations. Complexity.

**COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS BAJO
UNA OBSERVACIÓN COMPLEJA: articulaciones
teóricas preliminares**

RESUMEN

Presentamos el Interaccionismo Simbólico como una de las posibilidades para lograr pensar la comunicación social de manera compleja, luego, la relación entre el Interaccionismo e la Teoría del Medio se presenta como una articulación teórica que trae un mayor entendimiento del proceso de mediatización contemporáneo. Establecidas las ligaciones teóricas preliminares, el área de Relaciones Públicas es pensada como actividad estratégica en el escenario de la mediatización capaz de legitimar sujetos e instituciones

Palabras claves: Comunicación Social. Relaciones Públicas. Complejidad.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar; SÓLIO, Marlene Branca. Relações Públicas - Processo Histórico e Complexidade. *Conexão* - Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v.4, n. 7, p. 87-110. jan./jun.2005.

BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha. *Comunicação e Comunidade do Saber*. Santa Maria: Pallotti, 2001.

_____. *Visibilidade Midiática e Legitimação*. Dez estudos sobre as práticas de comunicação na Universidade. Santa Maria: FACOS/UFSM/ CNPq, 2005

_____. Mídia, Territorialidades e sociabilidades. In: Encontro da Compós, XV, 2006, Bauru. *Anais...* Bauru: UNESP, 2006.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1985.

BLUMER, H. *Symbolic interactionism: perspective and method*. Berkeley: University of California Press, 1969.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1998

GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. São Paulo: Vozes, 2001.

MEAD, Georg H. *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press, 1972.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação, como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1971.

MORAES FILHO, Evaristo de (org.). **George Simmel: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2006.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Revisitando a (Re)Construção Histórica das Relações Públicas. **Conexão - Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v.4, n. 7, jan./jun.2005, p. 21-30.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

VERÓN, Eliséo. Esquema para el análisis de la mediatización. In: **Revista Diálogos de la Comunicación**, n. 48. Lima: Felafacs, out. 1997.

Recebido em: 26/09/2010

Aceito em: 05/11/2010

Copyright (c) 2010 Autor(es) / Copyright (c) 2010 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal. Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.

