

A Prática Dialógica da Comunicação de Interesse Público¹

Shandra Guichard

Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Resumo

Refletindo sobre a importância dos fluxos bilaterais de informação para a comunicação de interesse público, este ensaio toma como procedimento metodológico a pesquisa qualitativa bibliográfica, adotando caráter exploratório, com objetivo de discorrer acerca dos conflitos estabelecidos no cerne conceitual das relações pública e apresentando a idéia de que, quando as relações públicas assumem para si as responsabilidades que lhe são pertinentes, disponibilizando e desobstruindo espaços públicos para discussão, fomentando o diálogo e primando assim pela conscientização dos públicos acerca das controvérsias estabelecidas, realizam Comunicação de Interesse Público, colaborando com a qualidade da opinião pública e permitindo a construção conjunta do entendimento do que é de Interesse Público. As relações públicas consistir-se-iam assim em atividade de e para o interesse público.

Palavras-chave: Relações Públicas; Comunicação de Interesse Público; Opinião Pública; Interesse Público.

Introdução

Ao longo da história contemporânea, as práticas de comunicação social, estabeleceram-se e vêm se prestando, majoritariamente, como dispositivo de manutenção e potencialização dos modos vigentes de se viver em sociedade, orientados pelos interesses privados.

Usualmente utilizadas como ferramentas de apoio, reforço e legitimação dos processos de produção e acúmulo de bens e propriedades, as relações públicas abdicam do seu papel essencial de emprestar seus esforços à busca pela formação de públicos conscientes dispostos a agir em prol do interesse comum. Voltam o seu olhar para as organizações, abdicando de uma visão sistêmica e subestimando a relevância do olhar essencial sobre os públicos e seus anseios. Estes modelos, de orientação privada, não denotam serem nortes eficazes para o provimento do bem estar geral, uma contradição à própria definição da atividade, tendo as relações públicas como campo concernente à comunicação social, e, portanto, de orientação social, cuja função seria a de fomento do bem comum, o que demanda práticas voltadas ao interesse público.

Este texto caracteriza-se como um ensaio acerca de um problema amplo e pouco explorado. Porquanto, é possível inferir que o tema A Prática Dialógica da Comunicação de Interesse Público não se encerra neste estudo, uma vez que demanda reflexões e discussões aprofundadas. Ao buscar diferentes abordagens ainda não confrontadas nas diversas bibliografias consultadas, este texto toma como procedimento

¹ GT ABRAPCORP 8 - Estudos de Iniciação Científica, Pesquisa Experimental e Projetos desenvolvidos em Cursos de Graduação

metodológico a pesquisa qualitativa bibliográfica, adotando caráter exploratório e visando a construção de uma hipótese sobre o tema exposto.

A formatação da atividade a partir do empirismo e do decorrente foco na práxis teria acarretado no delineamento das relações públicas a partir da demanda do mercado e na adequação do campo visando o atendimento das necessidades mercadológicas, ocasionando o caráter controverso de seu perfil preponderantemente técnico-administrativo alicerçado sobre sua função social de fomento do bem comum. Daí o conflito direto entre sua orientação ética de atividade concernente à Comunicação de Interesse Público, que permeia as diferentes definições abarcadas pela atividade, e sua atuação prática norteadas por interesses privados, bem como o decorrente impacto na opinião pública e, por conseguinte, na formulação do que é de interesse público. Colaborando com a qualidade da opinião pública, optando pela formação dos públicos conscientes, as relações públicas estariam viabilizando a construção social do interesse público e, a ele servindo.

Nas considerações finais são apresentados alguns dos apontamentos considerados mais relevantes trazidos ao longo deste estudo. Apontamentos estes inconclusivos e provocadores, que, no entanto, servem como passo adiante na busca pela adequação da definição das relações públicas.

A Contextualização das Relações Públicas no Campo da Comunicação de Interesse Público

As recentes teorizações sobre as relações públicas como práticas dialógicas, ou seja, como práticas comunicacionais interacionais entre seus componentes, vêm servindo, majoritariamente, como dispositivo de manutenção e pontencialização dos modos vigentes de se viver em sociedade. Na mesma linha de pensamento, a autora Angela Schaun (2002, p.26), aponta a realidade da tecnização das ciências humanas ou a “submissão do saber”. Colocações estas que fazem eco à reflexão de Rodrigues, para quem a submissão do saber se manifestaria como:

(...) dispositivos de confirmação das opções de convencimento dos contraditores, de orientação das escolhas a fazer entre opções contrárias concorrentes, como, sobretudo, mecanismo ou serviço da rentabilização de seus empreendimentos, da normatização dos efeitos perversos de atos e de re-centralização dos espaços marginais. Confundem-se assim hoje facilmente, as ciências humanas com técnicas de sondagem, com estudos de audiência, de públicos e de mercados, com instrumentos de peritagem, com engenharia psicossociológica, com futurologia eleitoral, com modalidades clínicas de consultoria e de testagem. (RODRIGUES apud SCHAUN, 2002, p.26)

A partir desta visão, da comunicação como mecanismo de convencimento, de orientação de escolhas, a qual regeria a teoria e a práxis das ciências e áreas que se prestam ao relacionamento do homem com o homem e com a sociedade, pode-se depreender que as práticas comunicacionais, entre elas as relações

públicas, seriam utilizadas, na atualidade, como ferramentas de apoio, reforço e legitimação dos processos de produção e acúmulo de bens e propriedades, ao invés de servirem seus esforços à busca pela formação de públicos conscientes dispostos a agir em prol de causas pertinentes ao interesse comum.

Em contraponto ao cenário apresentado, uma questão emergente vem ganhando espaço. A comunicação de interesse público, cujo foco seria o da promoção do bem comum, viria sendo demandada, especialmente, pela crise eminente das instituições em vigor e pela maior participação de diferentes setores da sociedade na busca pela construção social de uma nova ordem, ordem esta que se produz e se estabelece pela sociedade, a qual orienta os modos de vida do coletivo (COSTA, 2006). Para Costa, “o movimento destes diversos atores sociais abre espaço para uma rápida difusão da Comunicação de Interesse Público.” (2006, p.23).

Ainda que a comunicação de interesse público seja deflagrada na prática de difusão massiva de informação de utilidade pública (COSTA, 2006), e não privada, através dos veículos de comunicação de largo alcance, pode-se entender que somente a difusão da informação aparenta insuficiência na promoção da compreensão das controvérsias que permeiam a sociedade hoje.

A atividade de relações públicas, se compreendida como agente promotor da prática da comunicação interacional, teria então parte importante no processo de Comunicação de Interesse Público, na medida em que fomenta o diálogo, e permite uma construção conjunta do que é de Interesse Público. Os fluxos bilaterais de comunicação caracterizariam uma relação dialógica que passaria, portanto, a promover a conscientização dos públicos acerca das controvérsias, consoante ao que será traçado ao longo deste estudo. Resta saber se as relações públicas conseguem responder a essa nova configuração de sua função. Assim, para que melhor se entenda do que tratam as relações públicas, provocar-se-á uma reflexão acerca do nascimento da atividade e do perfil que hoje apresenta para, a seguir, tratar-se especificamente da questão do interesse público.

O Surgimento das Relações Públicas e sua Estruturação Através do Empirismo

Não há consenso dos autores a respeito do início efetivo da prática de relações públicas no mundo. Contudo, ir-se-á valer, nesta análise, da história mais recente da atividade, amplamente difundida por especialistas tais como Wey (1986) e Andrade (1989), remontando ao período da concepção das relações públicas como um campo profissional.

Conforme descreve Wey (1986), os primórdios das relações públicas teriam tomado lugar ao final do século XIX nos Estados Unidos, período em que as organizações privadas proliferavam devido ao fértil desenvolvimento industrial, o que pode se considerar como um período de desenvolvimento do próprio espaço privado. O marco inicial remete à atuação empírica de um profissional denominado Ivy Lee, que se propunha

a desempenhar a mediação de organizações privadas, e, especialmente das pessoas públicas as quais as representavam, com seus grupos de interesse. Andrade (1993) identifica um período de atribuições em que a opinião de diferentes grupos que compunham a sociedade. As ações coordenadas de grupos de trabalhadores e a veiculação de notas de teor contestador pela imprensa incitaram movimentos sociais de grande repercussão. As vozes da sociedade ecoavam, de forma uníssona, o seu descontentamento em relação ao modelo de atuação de grandes organizações privadas às quais repudiavam.

A opinião pública, ou seja, a opinião majoritária da sociedade expressa através de diferentes manifestações individuais, coletivas, e também através dos meios de comunicação, seria um fenômeno com o qual o nascimento deste novo campo da comunicação social está intrinsecamente relacionado.

É possível inferir que, neste dado momento, a sociedade sobrepôs seus anseios às vontades das organizações de capital privado, ou seja, de posses e ou propriedades provenientes que servem aos interesses particulares, através da mobilização, sendo esta entendida como “a convocação de vontades para atuar na busca de um propósito comum sob uma interpretação e um sentido compartilhados” (TORO, 2005, p. 91). Cientes do poder de mobilização e ação da opinião pública, as organizações privadas protagonizaram as primeiras ações de caráter relacional direcionadas ao seu convencimento. Nassar (2007, p. 44) afirma ainda que “as relações públicas disseminadas por Lee, no entender de muitos estudiosos de relações públicas e jornalismo, tinham um perfil interesseiro, e até grosseiro, caracterizando-se por verem na imprensa um público a ser manipulado”. Seguindo esta concepção, Wey declara que “os grandes capitalistas denunciados, acusados e acuados encontraram em Ivy Lee o grande caminho para evitar denúncias.” (1986, p.30).

Analisando este cenário, Peruzzo entende que “(...) as relações públicas nascem num contexto em que os antagonismos de classe se evidenciam” e que as relações públicas “se posicionam a favor do capital” (1986, p.21). O que significa que se originam num momento de intensos embates entre interesses distintos; interesses de um pequeno grupo mais favorecido da sociedade e interesses da ampla maioria da população, onde a diferença no acúmulo de posses entre estes dois grupos se distancia de forma ampla e irrestrita. As relações públicas então teriam servido aos interesses deste grupo minoritário a partir do momento que buscaram vias para o convencimento da opinião pública a fim de compactuar com a atuação das organizações privadas sem questionar o verdadeiro motivo deste conflito de vontades.

De acordo com Michel Dumas (apud Grunig, 1979, p.70) as relações públicas estabeleceram-se a partir de um conhecimento empírico, a mercê dos movimentos e oportunidades do mercado de trabalho, sem guarnecimento de quaisquer padrões reconhecidos para a prática profissional, nem uma base de princípios éticos para nortear suas decisões. Com o tempo, estudos e pesquisas, além da ampla difusão desta atividade ao redor do mundo, as relações públicas foram tomando forma, conceituações e orientações éticas e pragmáticas ainda que, em sua formulação, permaneçam resquícios do empirismo acentuado que marcou o seu surgimento,

conforme será apresentado a seguir. O foco das atenções sobre as relações públicas ainda recai sobre o “como-fazer” (FRANÇA, 2003).

Pode-se depreender que a formatação da atividade a partir do empirismo e o decorrente foco na práxis acarretaram no delineamento das relações públicas a partir da demanda do mercado e sua adequação com vistas ao atendimento das necessidades apontadas por interesse privados, gerando assim um conflito direto entre sua orientação ética de atividade concernente à Comunicação de Interesse Público e sua atuação prática norteada pelo atingimento de objetivos organizacionais de origem privada.

Visitados os primeiros ensejos da atividade profissional, persegue-se o objetivo deste estudo de tratar das relações públicas na “contramão”, como propõe Peruzzo (2007, p.14), visando o sobrepujo do caráter mercadológico da atividade que se põe a serviço do interesse comum, realizando uma reflexão conceitual sobre a atividade.

Definições e Funções de Relações Públicas: Uma Reflexão Conceitual

São muitas razões pelas quais se encontram inúmeras definições para as relações públicas. A aplicação veemente do termo de forma empírica seria uma delas, de acordo com Andrade (1993). Outro fator agravante o qual dificulta uma apurada definição da atividade de relações públicas decorre da “falta de constituição de um campo científico propriamente dito”, de acordo com Barros Filho:

A literatura acadêmica brasileira, pressionada pela taxonomia autorizada, define o saber sobre a atividade de relações públicas, ora como ciência social aplicada, ora como disciplina da administração. (BARROS FILHO, 2007, p. 94)

É possível encontrar reflexões a respeito deste tópico em diversas obras. França (2003), a exemplo, enumera algumas das visões que considera mais pertinentes sobre as relações públicas, tendo discorrido sobre o contraponto de diferentes autores quando tratado a respeito do campo de estudo das relações públicas, o qual é apontado, por vezes, como sendo da administração, por vezes da ciência da comunicação e indicando que há quem o eleve até mesmo ao nível de ciência.

Conquanto a grande maioria de publicações dedicadas a explicar sobre o aspecto técnico da atividade identifique sua prática voltada ao âmbito administrativo, não é possível descartar a sua veia social. Para Childs, relações públicas “é simplesmente um nome para nossas atividades e relações que são públicas, que tem um significado social” (1964, p.5). Vieira também identifica este caráter ao afirmar que

As relações públicas não se constituem numa ciência enquanto explicação sistemática do mundo. Mas desde que estão afetos à sua atividade a compreensão, a precisão e o controle dos fenômenos da sociedade, elas se enquadram entre as Ciências Sociais. Mesmo não

ajustada aos princípios e leis do conhecimento científico, a atividade já se projeta na práxis como um agir refletido, consciente, transformador do natural, do homem e do social, surgindo como visão. (VIEIRA, 2002, p.22)

Ainda além, o autor defende que “as relações públicas, por serem uma ciência social aplicada, vêm sentindo, há muito tempo, a necessidade de refletir sobre pressupostos teóricos, em busca de paradigmas que possam responder adequadamente às transformações sociais.” (2002, p.13). Temos aí a proposição de um outro campo de estudos e a idéia de que, em sua maioria, as conceituações se reportariam ao âmbito funcional, operacional e descritivo da atividade, não ponderando sobre seu cerne, tal como aponta França (2003).

Oficialmente legitimada no Brasil pelo Artigo 1º do Regulamento da Lei 5.377, de 11 de dezembro de 1967, publicado em 27 de setembro de 1968, as relações públicas são assim definidas pela Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP):

(...) o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização, pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada, direta ou indiretamente. (ANDRADE, 1983, p.45).

É possível identificar o caráter operacional da atividade através desta definição, uma característica comum às conceituações que se prestam a explicar o termo pela descrição daquilo a que se reporta a ele, que não o constitui pelo seu sentido pleno, idéia alinhada à concepção de França (2003). Ou seja, “não ponderam o mérito essencial da atividade” (FRANÇA, 2003, p.132).

O objetivo de “compreensão mútua”, elevação do nível de entendimento ou expressões assemelhadas vigoram entre as conceituações melhor aceitas para definir as relações públicas. Contudo, é pertinente refletir sobre a viabilidade deste objetivo, visto a contradição presente no fato de se promover o entendimento de diferentes atores sociais que visam interesses distintos e que dispõem de poderes de barganha tão díspares, tal como aponta Peruzzo (1986, p.101), quando afirma que “ao se proporem a promover a compreensão mútua entre desiguais como se os interesses em jogo fossem idênticos (...) participam do esforço da classe dominante para qual a *desalienação* não ocorra”. A partir desta afirmação, entende-se que as relações públicas serviriam aos propósitos de grupo minoritário de amplo poder que acaba por tornar suas vontades preponderantes aos interesses da sociedade como um todo. Objetivo facilitado pela ação articuladora das relações públicas em prol da “classe dominante” (PERUZZO, 1986), a qual se utilizaria de dispositivos de comunicação com o fim de promover um estado de alienação perante as questões verdadeiramente importantes para o bem comum. Assim, também afirma em outra obra:

(...) lhe é atribuída condição de estabelecer a “compreensão mútua”, “entendimento, solidariedade e colaboração” e a “interação de interesses legítimos” nas relações da

organização com seus públicos, com base em princípios simbolizados na “rua de mãos”, no fornecimento abundante de informações – verídicas - e com postura ética coerente com suas práticas (...). Seria esplêndido se as intenções (dos profissionais de relações públicas) e o discurso (deles e das empresas) correspondessem às suas práticas. (PERUZZO, 2007, p. 2)

Logo, as relações públicas estando a serviço do interesse privado, estariam sendo contrárias a sua própria orientação ética. Esta orientação, além de estar implícita em toda a qualquer prática do indivíduo, trazida aqui como a doutrina do agir correto, ou seja, do agir bem², é ainda tema do código ético que rege a atividade das relações públicas no Brasil. Andrade caracteriza-a como uma atividade que visa “determinar, guiar, influir e interpretar as ações de uma organização, de maneira que a sua conduta se conforme, tanto quanto possível, ao interesse e bem-estar públicos.” (1983, p.36).

Ainda que não caibam generalizações, alinhando-se a esta proposta, alguns autores levantam a problemática da discrepância que reside entre orientação e prática das relações públicas, tal como Barros Filho (2007, p. 124) quando aponta que “o discurso de formação acadêmica, e de práxis profissional, camufla conflitos.” Sob este mesmo prisma, é possível afirmar que:

A falta de um sistema comum único para decidir o que é ético e o que não é influencia, portanto, em última análise, o resultado de políticas públicas e a reputação das relações públicas. (NELSON apud BOWEN, 2005, p. 44)

A Federação Interamericana de relações públicas (FIARP) parte do pressuposto que a atividade deve, em primeira instância, considerar o interesse público³ e partir destes anseios para a estruturação do planejamento de comunicação, definindo então as Relações públicas como:

(...) uma atividade sociotécnico-administrativa, mediante a qual se pesquisa e avalia a opinião e a atitude do público e se empreende um programa de ação planejado, contínuo e de comunicação recíproca, baseado no interesse da comunidade e compreensão da mesma para com entidades de qualquer natureza. (CESCA, 2000, p.18)

Peruzzo (1986, p.131) apresenta uma possibilidade de atuação, que também demanda o favorecimento de uma parte em detrimento de outra. As relações públicas voltada exclusivamente ao interesse público, assunto analisado pela autora, apresenta a atividade sobre a ótica da majoritária parte da população menos favorecida, como sendo “um processo político-pedagógico não neutro, mas de opção pela libertação, pela

² Segundo o dicionário de ética econômica, deriva do termo grego *ethos*, que significa costume e designa as atitudes do homem, seus hábitos de vida e reflete sobre os problemas e condições do agir ético.

³ Este assunto será pautado em maior profundidade ao decorrer deste estudo. Toma-se agora interesse público como interesse pelo bem-comum.

superação da alienação, pela libertação de oprimidos.” Mais, ele seria “todo um processo de conscientização de toda trama social criada pela dinâmica histórica.” Vê-se ratificando assim o caráter social das Relações públicas.

Deste modo, pode-se atribuir a esses autores uma visão sistêmica, que compreende o todo da sociedade como uma rede interligada por fatores e processos sociais, partindo das necessidades do homem em convívio com a sociedade.

Então, as relações públicas não são uma simples técnica ou um conjunto de técnicas, mas todo um processo científico em que se busca conhecer, articular e transformar o homem, a sociedade e o mundo para construir o mundo, a sociedade e o homem. (PERUZZO, 1986, p.132).

Partindo dessa afirmação, pode-se depreender a relevância da atividade em processos de educativos e de transformação, na construção do bem-estar social. As relações públicas seriam, potencialmente, agentes promotores da Comunicação de Interesse Público. Estas evocações validam a proposta do caráter das práticas comunicacionais dialógicas das Relações públicas inerentes ao fomento do bem comum.

Barros Filho relata que “a deontologia das relações públicas legisla que sua função é interpretar os anseios sociais e popularizar as informações.” (2007, p. 102). Todavia, para Peruzzo “evidencia-se que as relações públicas têm por finalidade fazer com que o interesse privado adquira uma roupagem de interesse público.” (1986, p.35). Ainda para a autora (1986, p. 41), “não se cogita em corrigir o sistema de acumulação, mas a perda de confiança de públicos”. Daí a relevância das relações públicas para as organizações privadas, tal como descreve Silva, citado por Andrade.

Relações públicas, como função administrativa, é o procedimento mediante o qual determinada empresa procura deliberadamente criar em seu favor um crédito de confiança e estima na respectiva clientela, contra o qual pode sacar em proveito, tanto de seu programa de trabalho, como de seus interesses institucionais. (SILVA apud ANDRADE, 1993, p.39).

Andrade reflete claramente o caráter mercadológico da função das relações públicas quando assume a função administrativa, entendendo-a como um valioso dispositivo de convencimento dos públicos. Diante desta proposição, das relações públicas e sua função administrativa, Peruzzo compreende o papel social desempenhado pela atividade e conclui que:

(...) se a sua função social é assegurar a existência das condições favoráveis à reprodução do capital, não se esconde que as Relações públicas estão a serviço do capital. Porém, ao mesmo tempo procura-se camuflar este comprometimento e os antagonismos estruturais ao atribuir que os conflitos são oriundos da ausência de comunicações ou de comunicações deficientes (...). (PERUZZO, 1986, p. 51)

Vê-se que são múltiplos os pontos de vista dos quais partem os autores para analisar a função das relações públicas. Pode-se compreender ainda a partir destas colocações é que, mesmo restringindo a sua prática ao campo da administração, as relações públicas desempenham uma função social, pois interagem com uma parcela ou mesmo com a sociedade em geral e provocam nesta, reações adversas, dependendo da intenção e da repercussão de seus atos.

Freitas volta-se aos públicos de relações públicas ao apresentar mais uma atribuição da atividade,

Uma das funções básicas da comunicação como campo de atividades, e especificamente das relações públicas, é a integração entre públicos pelo trânsito de informações. Informar significa dar forma à consciência, partindo de um dado novo. É, portanto, mediante a informação que se fundem idéias, conhecimentos e alteram-se mentalidades (FREITAS, 2002, p. 153)

Refletindo sobre a colocação de Freitas, pode-se inferir que dentre as mais nobres de suas pertinências está a formação dos públicos conscientes acerca das controvérsias. Parte-se então da premissa de que a informação constitui-se num elemento essencial à conscientização, bem como o diálogo, pois promove a fusão de idéias e conhecimentos, e a formação da opinião pública. Contudo, para melhor compreender em que se traduz o tema, faz-se necessário percorrer alguns dos trajetos traçados ao longo da história do campo na busca pelo entendimento do que é opinião pública, para então chegar-se a um conceito acerca de interesse público e o papel da prática dialógica da comunicação.

Relações Públicas, Opinião Pública e Interesse Público

Nos estudos realizados por Andrade em sua busca pela definição de Interesse Público, foram trazidas definições que vigoram em diferentes espaços tais como o campo da ética, da política, o campo empresarial, jurídico e social e conclui que “poder-se-á admitir que interesse público, em última análise, é aquilo que a opinião pública afirma que é”. (1989, p.13), como também identifica Childs (1964, p. 43). Faz-se então um breve estudo sobre opinião pública, antes de tratar especificamente da questão do interesse público em relação às relações públicas, visto ainda a relevância do tema, considerando a possibilidade colocada por Childs desta ser ainda “um meio de controle social” (1949, p.47), cuja manipulação foi sempre foco de interesse (CHILDS, 1949).

Citando novamente Andrade, pode-se entender a opinião pública como sendo “a área de entendimento comum das pessoas que constituem o público, após ampla discussão da controvérsia levantada, à base de considerações racionais.” (1989, p. 14). O autor traz que “a opinião pública, como uma realidade e não como um mito, é o coroamento, a síntese e a interação das diferentes e antagônicas opiniões discutidas pelos

membros que constituem o público.” (1989, p. 34) e perpassa a noção de Childs, o qual entende a opinião pública como “apenas uma coleção de opiniões individuais” (1964, p.77)

A qualidade da opinião pública, expressão também forjada pelo autor, portanto, somente pode existir quando calcada em deliberações oportunizadas pela apurada apreciação da controvérsia por parte dos integrantes da sociedade, pela discussão das opiniões dos membros que constituem o público, sendo que a formação da opinião pública se daria desta forma:

O desenvolvimento da opinião pública abrange, em tese, quatro fases, dentro do processo de sua formação. A primeira dessas fases é caracterizada pelo aparecimento de questão ou questões de interesse geral, ou não podem ser resolvidas pelos padrões e normas culturais, acarretando assim uma sensação de mal-estar na comunidade ou em considerável fração dessa comunidade (...) A segunda fase do desenvolvimento da opinião pública é a etapa de definição da controvérsia, mediante debates preliminares e exploratórios. (...) Na terceira etapa, procura-se delimitar a controvérsia, por meio de propostas ou soluções alternativas. (...) passa-se à última fase do desenvolvimento da opinião pública, quando pessoas ou grupos organizados de pessoas chegam a um consensus, que não é a opinião da maioria ou da minoria, mas uma opinião mesclada de todas as opiniões individuais ou grupais presentes na discussão pública. Finalmente segue-se a ação conjugada que, estritamente falando, está fora do escopo do processo da opinião pública. (ANDRADE, 1989, p. 55)

Vê-se que, vivendo em uma sociedade de massas, conforme apontado anteriormente, e considerando os esforços de comunicação social como esforços de caráter mercadológico, de convencimento, a qualidade da opinião pública sobre determinadas questões pode ser seriamente prejudicada e sofrer influências projetadas por interesses que não convergem, necessariamente, com a idéia de bem-estar geral. Logo, se o interesse público é aquilo que a opinião pública entende que é, e se a opinião pública não fundamenta as suas considerações no amplo entendimento do problema, não respalda essas considerações por informações aprofundadas sobre a controvérsia e não discute sobre a questão, os interesses públicos, traduzidos pela opinião pública, poderiam tanto corresponder a anseios pelo bem comum quanto serem meras reproduções do interesse privado. Corrêa (1988, p.45) vai além ao identificar uma clara distinção entre o conceito de opinião pública, como sendo uma “opinião autorizada, ou qualificada” e o conceito de “opinião do público” como a “popularização da opinião”.

Voltando-se tópico o qual consiste o âmago deste estudo, Andrade entende que “(...) parece-nos decisivo procurar conceituar o interesse público, ainda que como hipótese, em razão do próprio interesse público ser tão decantado e explorado em toda a parte.” (1989, p. 12). Para ele,

(...) o interesse público somente poderá ser determinado e identificado pela ação dialogante, com a formação do público e, conseqüentemente, da opinião pública. Contudo, a formação do público e da opinião pública depende muito da educação e de se considerar a própria educação como interesse público a ser reconhecido e definido. (ANDRADE, 1989, p. 91)

E este processo de formação da consciência cidadã é também pertinente às relações públicas, visto que se encontra latente nesta colocação o caráter educativo que a comunicação deve desempenhar. Henriques apresenta esta característica como detentora da potencialidade de transformação da sociedade ao indicar que “adotando um caráter educativo, a comunicação deve gerar referências para a ação e para a mudança de atitudes e mentalidades dos indivíduos”. (2004, p. 28).

Cabendo as relações públicas a formação da consciência cidadã dos públicos, haveria um contra-senso em sua atuação, conforme aponta Barros Filho.

Paira uma dúvida então sobre a função das relações públicas pelo simples fato de não ser um terceiro em busca da harmonia de interesses, mas de pretender estar no ambiente e no sistema empresarial ao mesmo tempo. (BARROS FILHO, 2007, p. 104).

Esta observação faz eco às reflexões de Peruzzo, que identifica este aspecto controverso sob a perspectiva da participação das relações públicas no modo de produção capitalista, ou seja, no modo de produção instituído pelo modelo vigente o qual prima pelo acúmulo de bens e propriedades, e não pela equidade e pelo bem comum.

É evidente que há ambigüidades nas relações públicas como são apresentadas. Por exemplo, apontam-se as Relações públicas como tratando e servindo o interesse público ao mesmo tempo em que lhes são atribuídas funções de resguardar os interesses de instituições e governos na sociedade burguesa, que são interesses de classe. (PERUZZO, 1986, p.52)

Logo, existe possibilidade de se atribuir às relações públicas a promoção do diálogo e a formação dos públicos para que reconheçam as controvérsias, discutam e deliberem ao seu respeito. Todavia, “se no nível do discurso as Relações públicas defendem posturas éticas e condizentes com o interesse público, na prática nem sempre se concretizam dessa maneira”. (PERUZZO, 2007, p. 3). Childs (1964, p.16) compreende que “o problema fundamental das relações públicas (...) é a reconciliação com o interesse público”.

Held teria descrito duas versões sobre o que constitui o interesse público e como se podem estabelecer seus conteúdos. Uma seria a visão “majoritária” de acordo com a qual seria de interesse público aquilo que a parte majoritária da população aceita como tal. Outra visão, “unitária”, diria respeito ao interesse público como algo “decidido por referência a alguma ideologia singular ou valor dominante”. (MCQUAIL, 2003, p.145), tendo aqui a ideologia como um conjunto de idéias convergentes de um indivíduo ou grupo que tem como função transformar indivíduos em sujeitos.

Como visto anteriormente, partindo da premissa de que a opinião pública não dispõe de amplos conhecimentos sobre as controvérsias vigentes, não as pondera de forma aprofundada e não discute sobre estas questões, os interesses públicos, traduzidos pela opinião pública, poderiam fazer eco à ideologia do

sistema vigente. Ter-se-ia assim um entendimento similar do que é interesse público partindo de uma análise acerca de ambas as visões, tanto “unitária” quanto “majoritária”. Para Andrade:

Fundamentar a determinação do interesse público na soma aritmética de interesses privados, em face da eficiência econômica, parece-me perigosa distorção no próprio mundo econômico, pois admitir-se-á que o mercado pode ser o árbitro do interesse público. Se aceitássemos este conceito seria o mesmo que nos entregarmos a um computador. (ANDRADE, 1989, p.9)

É possível inferir que esta colocação dispõe de um conteúdo crítico que se contrapõe ao mecanicismo e ao apelo mercadológico. Alinhado a esta percepção, o autor aponta que “os valores sociais têm de ser atendidos, forçosamente, por homens e não por máquinas.” (ANDRADE, 1989, p. 10). Nesse sentido, torna-se necessário às relações públicas optar pelo interesse público a partir dos anseios dos públicos.

Também retomando a concepção de que as relações públicas visam o bem comum, pode-se igualar ao conceito de Comunicação de Interesse Público.

Comunicação de Interesse Público é toda ação de comunicação que tem como objetivo primordial levar uma informação à população que traga resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo. Na Comunicação de Interesse Público, os beneficiários diretos e primordiais da ação sempre serão a sociedade e o cidadão. Sua missão, portanto, se traduz num esforço para difundir, influenciar, criar ou mudar comportamentos individuais ou coletivos em prol do interesse geral. (COSTA, 2006, p.20)

Esta vertente de atuação com foco no social vem se evidenciando na atualidade, de acordo com as afirmações apresentadas nesta análise, e esboça um caráter do campo profissional que já não mais pode ser obscurecida pelas massivas abordagens técnico-administrativas da teoria e da prática da atividade. As relações públicas, como prática dialógica da Comunicação de Interesse Público, trariam a utopia do discurso das relações públicas para o campo da realidade contemporânea.

Em todos os setores da atividade humana, o acatamento consciente das responsabilidades sociais e, conseqüentemente, a determinação do interesse público poderão assinalar – idealmente – a vitória da comunidade dos públicos em plena sociedade de massas em que vivemos. Na verdade, o interesse público colocado com prioridade atesta, definitivamente, o grau de uma civilização e a garantia de que a Humanidade encontrará o caminho seguro de seu desenvolvimento equitativo. (ANDRADE, 1989, p. 9)

As relações públicas, agindo em prol do interesse público, representariam, na concepção de Peruzzo (2007), um desafio ao perfil majoritariamente vigente do campo das relações públicas praticadas na atualidade. Daí a importância da qualidade da opinião pública e da contribuição fundamental das relações públicas na formação dos públicos para que se constituam cidadãos conscientes da sua importância junto ao todo da sociedade e conscientes da relevância de dadas questões para o bem-estar geral.

Postas estas questões, contempla-se neste estudo a concepção de que o interesse público é, fundamentalmente, o que serve ao bem da sociedade no seu conjunto e que o papel das relações públicas, neste contexto, é o de privilegiar a formação dos públicos conscientes para que possam definir, por si só, o que é de interesse público, e o que não o é, lançando mão de práticas dialógicas de caráter educativo concernentes à comunicação de interesse público.

Considerações Finais

Tendo como objetivo geral discurrir acerca dos conflitos estabelecidos entre preceitos de interesse privado que delineiam a práxis das relações públicas de perfil preponderantemente técnico-administrativo, e a busca pelo atingimento do bem estar geral, condizente a sua condição de função social, traz-se algumas reflexões acerca da análise proposta partindo da premissa de que a compreensão de relações públicas está associada inexoravelmente à ação privada, e por isso, dificilmente pensada como possibilidade de ação coletiva e pública.

Ao compreender a sociedade de hoje como uma sociedade de massas, se entende que classificar o público a partir de interesses privados visando o atingimento exclusivamente dos propósitos das organizações, as relações públicas estariam abdicando do papel fundamental de formação de grupos conscientes. E mais. Estariam exercendo influência sobre a qualidade da opinião pública, ainda considerada a partir dos estímulos da comunicação massiva, a respeito de determinadas questões, restringindo o entendimento profundo dos públicos acerca das controvérsias, oportunizando assim a mera reprodução dos preceitos propagados pelos interesses defendidos.

Daí surge, eminentemente, a evocação do que consistiria interesse público. Logo, como visto, se o interesse público pode ser entendido como o que a opinião pública entende que é, e, uma vez que a opinião pública não fundamenta suas reflexões a partir do amplo entendimento do problema, não respalda essas considerações por informações aprofundadas sobre a controvérsia e não debate sobre estas questões, os interesses públicos, traduzidos pela opinião pública, poderiam tanto corresponder a anseios pelo bem comum quanto serem meras reproduções do interesse privado.

Idéias sobre as funções de relações públicas, apresentadas pela bibliografia levantada como consagrada pela maioria dos autores e criticada por poucos por sua limitação na técnica, foi acrescida por reflexões de outros autores não ligados à área de relações públicas, e que possibilitam uma outra conclusão. A partir da hipótese de que relações públicas se consistiriam em atividade de e para o interesse público, em acordo com sua função social de fomento do bem comum, quando as relações públicas assumem para si as responsabilidades que lhe são pertinentes, disponibilizando e desobstruindo espaços públicos para discussão e

difundindo informações de utilidade pública, primando pela conscientização dos públicos acerca dos problemas, sobrepujam o perfil mecanicista instaurado, de apelo mercadológico, e realizam Comunicação de Interesse Público, fomentando fluxos bilaterais de informação e permitindo a construção conjunta do entendimento do que é de interesse público.

Estas reflexões, entretanto, não encerram a questão. Não se tem a pretensão de formular um novo preceito para a atuação das relações públicas, mas sim, essencialmente, instigar o questionamento contínuo dos nortes adotados pela atividade e sua função em meio ao contexto que se desenha na contemporaneidade. A intenção é a de refletir sobre formatos alternativos de se ver e vivenciar o mundo através da práxis da comunicação dialógica, perpassando o funcionalismo vigente e propondo novas concepções acerca da atividade, sem, necessariamente, passar pelo fazer. Almeja-se sim a continuidade desta pesquisa e o surgimento de outras que se proponham a refletir e indagar caminhos possíveis para a comunicação social. Ainda que não se materializem em práticas efetivas, servirão para a ampliação do entendimento a respeito de outros olhares possíveis sobre práticas sociais e, por consequência, sobre as relações públicas.

Bibliografia Consultada

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Psicossociologia das relações públicas**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1989.
 _____. **Para entender relações públicas**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1993.
- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética e comunicação organizacional**. São Paulo: Paulus, 2007.
- BOWEN, Shannon A. Modelo prático para tomada de decisão ética em questões emergentes nas Relações Públicas. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**, São Bernardo do Campo, v. 3, n. 6, p. dez. 2005.
- CESCA, Cleuza G. Gimenes; CESCA, Wilson. **Estratégias empresariais diante do novo consumidor** : relações públicas e aspectos jurídicos. São Paulo: Summus, 2000. 196 p.
- CHILDS, Harwood L. **Relações Públicas, Propaganda e Opinião Pública**. Rio de Janeiro: Centro de Publicações Técnicas da Aliança, 1964.
- CORRÊA, Tupã Gomes. **Contato imediato com opinião pública**: os bastidores da ação política. São Paulo: Global, 1988.
- COSTA, João Roberto Vieira da (Org). **Comunicação de interesse público**: idéias que movem pessoas e fazem um mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006.
- FRANÇA, Fábio. Conceituação lógica de públicos em relações públicas. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. São Bernardo do Campo, v. 1, n. 1, p. 17-31, jun. 2003.
- _____. Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 39, p. 127-154, 2003.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas. In: **NOVAS BUSCAS EM COMUNICAÇÃO**. São Paulo: Summus, 2002. v. 65

GRUNIG, James E. A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal. Trad. John Franklin. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 39, p. 127-154, 2003.

HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da Comunicação de Massas**. Trad. Carlos de Jesus. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

NASSAR, Paulo. **Relações Públicas na Construção da Responsabilidade Histórica e no Resgate da Memória Institucional das Organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2007.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.

_____. **Relações Públicas no Capitalismo Cognitivo**. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS, 1., 2007, São Paulo. Anais... São Paulo: USP, ECA, 2007. Disponível em: <http://www.vertent.net/abrapcorp/www/>. Acesso em: 05. set. 2007.

SCHAUN, Ângela. **Educomunicação: reflexões e princípios**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 128 p.

TORO, José Bernardo. **A Construção do Público: cidadania, democracia e participação**. Rio de Janeiro: SENAC RIO, 2005. 112 p.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações Públicas: opção pelo cidadão**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

WEY, Hebe. **O processo de relações públicas**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.