

A RECONSTRUÇÃO DO DISCURSO COM OS PÚBLICOS

Ana Maria Eirôa da Fonseca*

RESUMO: O estudo pretende identificar tendências e oportunidades de atuação de Relações Públicas para os próximos anos, visando a antecipar competências necessárias ao desempenho deste profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas; Pós-modernismo.

ABSTRACT: The study pretends to identify tendencies and opportunities of Public Relation's to the next years, to anticipate essential capacities to this professional's performance.

KEY WORDS: Public Relations; Postmodernism.

* Professora Adjunta do Departamento de Comunicação da FABICO/UFRGS. Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRGS.

1 INTRODUÇÃO

A reconstrução do discurso das Relações Públicas é necessária tanto pela crise atual de paradigmas, que exige uma desconstrução de significados, mas também, pela fundamentação que deverá embasar, por outro lado, a reconstrução de significados para a atual e necessária mudança curricular dos cursos de comunicação, em nível nacional.

Tendo em vista desafios decorrentes das mudanças na sociedade, este estudo tem por objetivo identificar tendências e oportunidades de atuação de Relações Públicas para os próximos anos, visando a antecipar competências necessárias ao desempenho deste profissional.

Como método, inicialmente, utilizou-se a desconstrução e reconstrução de discursos de profissionais representativos de quatro setores sócio-econômicos distintos (informação, área comunitária incluindo o lazer, saúde e construção civil)*, que por sua vez também interpretam o texto da profissão Relações Públicas através de lentes peculiares. O estudo fundamentou-se também na revisão bibliográfica sobre tendências sociais e organizacionais.

Contudo, ressalta-se que se pretende, com isso, apresentar informações que possam contribuir para a habilitação de Profissionais, capacitados para atuar, de forma articulada, com os sistemas sociais, políticos e econômicos, capacitados para definir estratégias e promover meios, visando a garantia dos direitos humanos, da ética, da liberdade e da emancipação humana. E, salienta-se que tal articulação, não significa uma adaptação de currículos universitários às demandas do mercado, nem pretende conceber a atividade universitária como prestação de serviços à sociedade. Tal articulação significa que se deva manter uma visão reflexiva e crítica sobre as peculiaridades e inovações relativas à sociedade pós-moderna.

* Os referidos discursos foram coletados e analisados através de palestras proferidas durante o "Seminário Projetando Competências", realizado em 25 e 26 de maio de 1999, no Salão de Atos 2, da Reitoria da UFRGS, que reuniu administradores e profissionais dos setores de informação, contribuição social /trabalhos comunitários, saúde e imobiliário, professores e profissionais de RRPP.

2 CARACTERÍSTICAS E TENDÊNCIAS PÓS-MODERNAS

Os desafios decorrentes das mudanças que caracterizam a sociedade pós-moderna* têm instigado diversos autores na busca de parâmetros que permitam compreender a realidade e esboçar tendências sociais, institucionais e individuais. O risco e a incerteza, a crise de paradigmas, a diversidade, o pluralismo, a cultura do simulacro, a ausência do original, o individualismo são conceitos que representam a complexidade das transformações e das perspectivas sociais.

“Estamos vivenciando não apenas uma mudança histórica, de época, mas também “é todo o paradigma – com base no qual os homens vivem – que se altera. Isto acontece quando três inovações diferentes coincidem: novas fontes energéticas, novas divisões do trabalho e novas divisões do poder.” (DE MASI, 2000, p. 20).

Ao qualificar a tecnologia, nova fonte de energia da sociedade pós-industrial, como uma oportunidade, este autor, afirma que o avanço tecnológico possibilita maior tempo para o descanso, para o lazer, para a criatividade humana. E o pós-moderno representa a dimensão cultural dessa sociedade pós-industrial.

A introdução dos microprocessadores rompeu, segundo De Masi (2000), com o equilíbrio que havia entre tecnologia – investimentos – emprego, provocando o desemprego crescente, agravado pelo *turbocapitalismo*.

Nada, ninguém fica isento dessas transformações, rápidas e permanentes. A ansiedade e a angústia humana refletem reações individuais; a crise de paradigmas traduz a queda de verdades e destrói as certezas do saber; o descrédito da política revela o enfraquecimento da ação governamental.

A comunicação passa a preocupar-se com instantâneas e efêmeras coalizões sociais e políticas, com a formação *de tribos virtuais*, com a criação de novas sensações que possam atrair o insaciável *ser consumidor*, com a diversidade de públicos ameaçados pelas incertezas e riscos de compõem uma sociedade que vivencia *o mal-estar da pós-modernidade* (BAUMAN, 1998).

* Pós-modernismo diz respeito à vivência e à experiência humana, espacial e temporal da atualidade. Tem sido adotado por autores como Bauman. Outras denominações utilizadas são *modernidade tardia*, *modernidade reflexiva*, *supermodernidade*, etc.

O profissional de comunicação deve aprender a combinar e a recombinar diferenças e antagonismos para adequar seu discurso, reconhecendo a atual impotência estratégica da coesão e da integração no mundo do pluralismo e do individualismo.

MARTIN; FROST* apresentam uma visão resumida, citando autores principais do pós-modernismo:

“Em todas as manifestações, o pós-modernismo desafia idéias que são a base da ciência moderna: racionalidade, ordem, realismo, verdade e progresso intelectual (BAUDRILLARD, 1983; DERRIDA, 1976; FOUCAULT, 1976; GRAFTON-SMALL e LINSTED, 1987; LYOTARD, 1984). Por outro lado, do ponto de vista pós-moderno, a realidade é uma série de ficções e ilusões (ALVESSON e BERG, 1992; ARAC, 1986; CLIFFORD e MARCUS, 1986; GEERTZ, 1988).”

Diversos autores, salientam que as dimensões do tempo e do espaço modificam-se e multiplicam-se. Contudo, para Ianni (1999), estas metamorfoses espaciais e temporais não são apenas produto inocente da tecnologia, pois transportam uma ideologia. “Não só podem sublimar a experiência como pasteurizar a realidade, elegendando o simulacro como experiência de fato.” (1999, p. 213).

Baudrillard (1997), em sua crítica apocalíptica, prediz um curto circuito do sistema virtual, causado pelo excesso de informação e ilusão que transbordarão na imaginação. Para ele, “(...) é inútil procurar uma política *do* virtual, uma ética *do* virtual.” (1997, p. 75), pois ambas não têm mais força, nem ação, pois tornaram-se virtuais.

A globalização da mídia permite aos grupos de poder articulados em escala global, também globalizarem suas ideologias, políticas, objetivos e interesses. Presencia-se, na era virtual, um neo-imperialismo que se apodera da informação e explora o conhecimento, muitas vezes, através de uma simulada interação, impedindo o pensamento reflexivo e crítico do passivo receptor, inebriado pela simultaneidade, velocidade e ilusão fantástica e fantasmagórica das imagens.

Ao profissional cabe uma postura vigilante, analítica diante dos discursos que descrevem o homem, a sociedade, as instituições e a função das ciências. Para isso, o profissional de relações públicas deve atualizar-se, de forma permanente, sobre noções fundamentais

* MARTIN, Joanne; FROST, Peter. *Jogos de Guerra da Cultura Organizacional: a luta pelo domínio intelectual*. No prelo.

inerentes ao contexto pós-modernista e à configuração do futuro cenário social e organizacional.

Entre as diversas tendências sociais e organizacionais apontadas como predominantes, pelos cientistas sociais e organizacionais, destacam-se:

- mudanças permanentes, constantes;
- globalização da ciência, do capital, da cultura, dos meios de comunicação de massa;
- novas incertezas sociais e desigualdades no sistema produtivo, desemprego;
- política global, destruição das fronteiras e barreiras comerciais, fortalecimento do comércio global, ênfase nas configurações estratégicas competitivas, nas privatizações, redução do papel e atuação governamental nos assuntos globais, enfraquecimento dos Estados, crescimento da impotência política dos líderes nacionais, redução da influência das políticas públicas no controle dos processos econômicos, crescente criação e atuação de ONGs;
- organização intensiva da comunicação global, simultânea, multidirecional, integrada, local, regional, nacional, internacional, dirigida para públicos diversificados, comunicação que conecta redes, equipes, instituições, setores, culturas, que fala um idioma comum (inglês), televisão segmentada e moda global;
- tensão entre homogeneidade e heterogeneidade cultural, conflitos étnicos, religiosos;
- formação de conglomerados de distritos industriais, de parques tecnológicos, de incubadoras de empresas, maior ênfase nas relações interorganizacionais, arranjos cooperativos entre organizações, organizações de redes, fusões, formação crescente de cadeias, alianças estratégicas, parcerias internacionais;
- organizações mais ágeis e flexíveis, mais abertas, hierarquicamente mais achatadas, menos formatadas, mais descentralizadas, *empowerment* e distribuição do poder em redes;
- tomada de decisões em equipe, mais aberta, baseada na perícia, nas competências;
- despadronização do sistema produtivo, incremento de atividades realizadas por equipes multidisciplinares, ênfase na aprendizagem organizacional, na inovação, na cultura organizacional, nos processos de mudança, nos grupos, na cog-

nição, na liderança, nas estratégias, na comunicação, atividades organizacionais distribuídas entre divisões ligadas em redes, teletrabalho;

- maior acesso ao *know-how* e às informações, transferência de tecnologia de universidades, laboratórios ou centros de pesquisa para o mercado;
- ênfase na dimensão ética da organização, responsabilidade social, ética e ambiental;
- em nível individual, administração de talentos, busca pela competência, empregabilidade, aquisição de formação complementar e adicional, conhecimento especializado.

Tais características, de um modo geral passaram a caracterizar a sociedade sobretudo durante esta última década. O profissional de Relações Públicas deverá atuar numa cultura organizacional que não é mais abordada pela unidade, coesão, integração. A *organização pós-moderna* se caracteriza pela *fluidez, incerteza, volatilidade, competências, talentos, fragmentação, combinação da diversidade*, que vieram substituir as características da *antiga organização*, como *rigidez, certeza, estabilidade, centralização, hierarquia, consenso, integração*.

3 PERSPECTIVAS PROFISSIONAIS

Entre os setores em expansão, na próxima década, que apresentam um quadro promissor de oportunidades para a atuação profissional destacam-se:

- informação/comunicação/informática/telecomunicações/turismo e lazer/megamídia;
- saúde/planos de saúde/rede hospitalar e ambulatorial/indústria de material hospitalar e farmacêutica/pesquisa, manipulação genética;
- contribuição social/trabalhos comunitários/grupos preservacionistas de valores, cultura, meio-ambiente, saúde e higiene comunitária;
- setor imobiliário/engenharia civil/construtoras/lançamentos imobiliários/urbanismo*;

* O estudo sistematizado e interdisciplinar da cidade e da questão urbana, e que inclui o conjunto de medidas técnicas, administrativas, econômicas e sociais necessárias ao desenvolvimento racional e humano delas.

No setor de *informação/comunicação*, destacam-se novas oportunidades de atuação profissional, geradas pela evolução da tecnologia:

- fusões das novas tecnologias com entretenimento, turismo e lazer, saúde, etc.;
- incremento da rapidez de transmissão a grandes distâncias, *high-tech* em velocidade máxima, interatividade, redes, integração de texto, voz e imagem;
- multimídias, publicações e publicidade *on-line*, realidade virtual, interatividade, teleconferências, novos dispositivos não convencionais;
- gerenciamento, armazenamento e recuperação de dados, novas formas de distribuição de dados, dispositivos de segurança, transmissões sem fio;
- revolução da megamídia* que aponta grandes mudanças no setor das comunicações e caracteriza-se pela fusão de indústrias de informação, telefonia, TV a cabo, e entretenimento, representando a super-rodovia da comunicação que inclui conteúdo, equipamento e redes;
- públicos virtuais segmentados e comunidades virtuais.

No setor da saúde, tende a crescer a demanda por profissionais de Relações Públicas, tendo em vista intensificação de campanhas preventivas, trabalhos em saúde pública, trabalhos com instituições diversas e comunidades, como feiras da saúde. A valorização da atuação profissional de comunicação, neste setor, levou à criação de um curso de Especialização em Comunicação e Saúde, na UFRGS, promovido pelas Faculdade de Medicina e pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação.

No setor de contribuição ou atuação comunitária, presencia-se o surgimento de formas de atuação profissional, nunca antes imaginadas, como identificação de talentos, ênfase nas forças, na mobilização e nas competências comunitárias para a consecução de objetivos específicos, sociais, políticos ou econômicos, atuação de ONGs, trabalhos voluntários, educação ambiental, clubes e associações comunitárias, alavancagem de recursos comunitários.

A construção civil, o setor imobiliário, os empreendimentos imobiliários, as construtoras, ligadas à infra-estrutura, à urbanização,

* Para Maney (1997), a megamídia representa uma revolução que teve início entre 1992 e 1995, com alianças e lutas entre empresas que passaram a adotar novas posições e estratégias, acelerando a melhoria das tecnologias e de novos serviços.

representam oportunidades para atuação do profissional de Relações Públicas, porque procuram diferenciação no mercado, preocupam-se com a qualificação de seu público interno, com a qualidade dos serviços e zelo pela ética, etc.

Em todos os setores, presencia-se a *tendência a uma pluralização do contexto e das formas de trabalho*. O princípio da divisão do trabalho tende a ser substituído pela reunificação de tarefas parciais de qualificação superior, com possível supremacia daqueles que detém a *soberania especialista*.

A comunicação, aliada a novas tecnologias, tem sido mencionada, por muitos autores, como um dos setores de maior destaque nos próximos tempos. Beck (1998, p. 278) afirma:

“Nas discussões atuais, já não se espera, dos debates parlamentares, novas leis que conduzam a uma ‘nova sociedade’, mas a mudança se situa na microeletrônica, na manipulação genética e nos meios de comunicação (...)

“A configuração do futuro foi deslocada, já não é resolvida no parlamento, nem nos partidos políticos, mas nos laboratórios de investigação, nos gabinetes dos executivos.”

A organização deve ser definida através de sua heterogeneidade, com intenções multidimensionais, que congrega simultaneamente elementos de integração, de diferenciação, de conflito, de poder e que deve lidar com a incerteza e com a construção de novos valores, crenças, competências e, sobretudo, com a criação de novos discursos e novas credibilidades.

4 COMPETÊNCIAS

Para enfrentar tais mudanças, são necessários novos conhecimentos e habilidades, competências específicas que no decorrer do tempo serão modificadas, aprimoradas ou excluídas.

Hamel; Prahalad (1995) apresentam uma visão de estratégia voltada para competir no futuro, através da identificação de oportunidades, que determina a criação de novas habilidades e competências organizacionais. Para eles, explorar inovações de forma proativa é um passo que permite chegar primeiro ao futuro de forma singular, através de novas competências.

A abordagem tradicional para enfrentar mudanças, tem sido substituída por “focos crescentes em processos organizacionais, como

empreendedorismo, desenvolvimento de competências e renovação” (GHOSHAL; BARTLETT, apud CLEGG, 1998, p. 421).*

De um modo geral a atuação profissional nos mais diversos setores exige competências como:

- ser generalista e especialista – ter um conhecimento geral da realidade e conhecimentos específicos necessários;
- conhecer aspectos e perspectivas sociais, culturais e econômicos da realidade;
- domínio de conhecimentos e técnicas relativos à comunicação, sociologia, organizações, psicologia motivacional, dinâmica de grupo, metodologia da pesquisa, planejamento estratégico, comunicação dirigida, direito e ética, novas tecnologias, etc.;
- habilidade para antecipar questões, prever efeitos e tendências, mudanças, ameaças e oportunidades;
- capacidade para aprendizagem rápida de conteúdos específicos, multidisciplinares;
- busca permanente de informações, de atualização, de aperfeiçoamento profissional;
- habilidade para trabalhar em equipes diversas, em diferentes momentos e situações, com objetivos e tarefas, específicos e diversos;
- capacidade de analisar a tarefa, o objetivo, a diversidade, o tamanho e a força das ligações das redes organizacionais, grupais ou comunitárias;
- atualização constante sobre filosofia da ciência, teorias sociais para a construção de quadros de referência que permitam justificar valores e posições adotadas (em épocas anteriores, se diria: estabelecer valores e posições consistentes);
- habilidade para identificar, interpretar as diferentes falas e discursos, bem como saber transmitir a mensagem em discursos diversos, reconhecer que existem muitas leituras de um mesmo texto;
- habilidade para desenvolver estratégias, para construir rápidas e múltiplas vias de informação e infra-estrutura de in-

* GHOSHAL, S.; BARTLETT, C. Changing the Role of Top Management: beyond structure to process. *Harvard Business Review*, p. 86-96, jan./fev. 1995. Apud CLEGG, S. R.; Cynthia, H.; NORD, N. R. (Orgs.). *Handbook de Estudos Organizacionais*. São Paulo: Atlas, 1999. v. 1, p. 421.

- formação para administrar o conhecimento e os interesses diversificados, para disseminar propostas e ações;
- habilidade de integrar conhecimentos, recursos, talentos e competências necessárias à implementação e implantação de atividades;
 - capacidade de enfrentar mudanças e desafios constantes;
 - habilidade de administrar a ambigüidade, a incerteza, de planejar crises e de administrar questões;
 - capacidade para lidar com a fluidez, o efêmero, o supérfluo;
 - capacidade crítica e flexibilidade;
 - capacidade para administrar a superposição de interesses, opiniões diferentes, a fragmentação (característica que passa a substituir a integração de semelhantes e a unidade organizacional);
 - criatividade, intuição.

Num contexto altamente competitivo, de maneira metafórica, pode-se afirmar que ganhará o profissional que souber combinar e recombinar as diferenças, perderá aquele que não souber montar as peças do quebra-cabeça. As teorias de integração fazem parte do passado e os estudos voltados para segmentações, combinações ganham espaço na nova década.

A supremacia intelectual, a verdade, incontestável e única, deixam de existir, passam a ser substituídas pela credibilidade de quem sustenta o discurso e pela diversidade de interpretações. Esta interpretação do discurso não é única, possui leituras diversas, depende do ponto de vista, dos valores, crenças, interesses, expectativas de quem o decodifica. Além disso, "Um texto tem sempre várias idades, a leitura deve tomar partido quanto a elas." (DERRIDA, 1999a, p. 126). O texto reflete os valores e a visão subjetiva do autor e de outros autores, nele citado, incluídos ou excluídos, pelo silêncio, portanto não é um sistema fechado.

Levando em consideração tais características do discurso, o profissional deve avaliar os resultados da recepção do texto organizacional, tendo em vista as diversas interpretações por parte do público receptor. Saliencia-se contudo, que não esqueça, de orientar a construção ou reconstrução dos discursos corporativos para a melhoria de vida dos públicos relacionados à organização. Que, também leve em consideração que a verdade deixa de ter condição objetiva, pois torna-se uma questão de credibilidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em épocas de crise institucional, busca-se soluções, fundamentadas em experiências vivenciadas e na visualização de cenários futuros. Ao comentar a crise da universidade, Derrida afirma que, em período de crise,

“(. . .) a provocação para pensar reúne no mesmo instante o desejo de memória e a exposição do futuro, a fidelidade de um guardião bastante fiel para querer guardar até a sorte do futuro, em outros termos, a singular responsabilidade pelo que ele não tem e que ainda não existe.” (1999b, p. 156).

Assim, este texto tenta guardar experiências e esperanças, a memória e a sorte, na busca da renovação de significados, de novos saberes para o profissional de comunicação, que deverá lidar com fatores que caracterizam a época de colagem do pós-modernismo:

a diversidade, o multidisciplinar, o pluralismo,

o desconexo, a conexão momentânea,

a colagem, o instantâneo, o simultâneo,

o perecível, o efêmero, o descontínuo,

o supérfluo,

a interatividade, a abundância de discursos diversos,

pelas **ci - sões**

a inexistência de verdade única,

a incerteza, a ambigüidade...

**públicos e opiniões virtuais,
construídos/reconstruídos pelo efêmero,**

o ilusório, a fluidez, o fracionado, a setorização,

pelo inconcluso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 BAUDRILLARD, Jean. *Tela Total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- 2 BECK, Ulrich. *La Sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Buenos Aires: Paidós, 1998.
- 3 CAMPBELL, Susan. *Sobrevivendo ao Caos*. São Paulo: Futura, 1997.
- 4 CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter (Orgs.). *Handbook de Estudos Organizacionais*. São Paulo: Atlas, 1999. v. 1.
- 5 DE MASI, Domenico. *O Ócio Criativo: entrevista a Maria Serena Palieri*. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
- 6 DERRIDA, Jacques. *Gramatologia*. São Paulo: Perspectiva, 1999a.
- 7 DERRIDA, Jacques. *O Olho da Universidade*. São Paulo: Estação Liberdade, 1999b.
- 8 FOUCAULT, Michel. *As Palavras e as Coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- 9 GOLEMAN, Daniel. *Inteligência Emocional*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.
- 10 KASTIKA, Eduardo. *Desorganizacion Creativa – Organizacion Innovadora*. Buenos Aires: Macchi, 1994.
- 11 HAMEL, Gary; PRAHALAD, C. K. *Competindo pelo Futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

- 12 IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- 13 MANEY, Kevin. *O Futuro da Megamídia: previsões de quem serão os maiores vencedores e maiores perdedores nos próximos cinco anos*. São Paulo: Makron Books, 1997.
- 14 MARCOVICH, Jacques. *A Universidade Impossível*. São Paulo: Siciliano, 1998.
- 15 MINTZBERG, Henry *et al.* *Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- 16 MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael (Orgs.). *Estratégia: a busca da vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- 17 MORGAN, Gareth. *Images of Organization*. Newbury: Sage, 1986.
- 18 ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- 19 PARKER, Barbara. Evolução e Revolução: da internacionalização à globalização. In: CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter (Orgs.). *Handbook de Estudos Organizacionais*. São Paulo: Atlas, 1999. v. 1, cap. 15, p. 400-433.
- 20 PORTER, Michael. *Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. Rio de Janeiro: Campus, 1989. 512 p.
- 21 TOFFLER, Alvin; TOFFLER, Heidi. *Criando uma Nova Civilização: a política da terceira onda*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- 22 WHITE, Randall *et al.* *A Liderança do Futuro: estratégias para lucrar mais aproveitando a incerteza*. São Paulo: Nobel, 1998.