

ESPECTADORES OU AGENTES? HISTORIOGRAFIA, HISTORICIDADE E COMPREENSÃO CRÍTICA EM RELAÇÕES PÚBLICAS

SPECTATORS OR AGENTS? HISTORIOGRAPHY, HISTORICITY AND
CRITICAL UNDERSTANDING IN PUBLIC RELATIONS

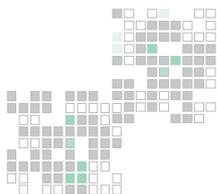
*ESPECTADORES O AGENTES? HISTORIOGRAFÍA, HISTORICIDAD Y
COMPRENSIÓN CRÍTICA EN RELACIONES PÚBLICAS*

Else Lemos

■ Professora adjunta e pesquisadora vinculada ao Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero (Brasil, 2017), membro do Centro de Estudos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (USP) e do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Visualidades (Facasper). Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

■ E-mail: elsesp@usp.br.

360



RESUMO

O artigo discute a importância da historiografia e da historicidade para a compreensão crítica em relações públicas. Com base em revisão bibliográfica, e partindo-se do pressuposto de que a atividade de relações públicas é um sistema reflexivo em contínua adaptação a transformações e valores da sociedade, examina-se o papel da historicidade para o desenvolvimento de uma compreensão crítica e ética *em e de* relações públicas, tanto no âmbito da formação quanto da prática.

PALAVRAS-CHAVE: RELAÇÕES PÚBLICAS; HISTORIOGRAFIA; HISTORICIDADE; ABORDAGEM CRÍTICA; ÉTICA.

ABSTRACT

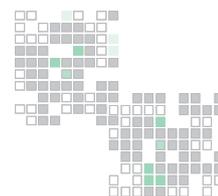
The article discusses the importance of historiography and historicity for the critical understanding in public relations. Based on a bibliographical review, and starting with the assumption that public relations activity is a reflexive system under continuous adaptation to the changes and values of society, the role of historicity for the development of a critical and ethical understanding in and on public relations, both in education and practice is examined in the paper.

KEYWORDS: PUBLIC RELATIONS; HISTORIOGRAPHY; HISTORICITY; CRITICAL APPROACH; ETHICS.

RESUMEN

El artículo discute la importancia de la historiografía y la historicidad para la comprensión crítica de las relaciones públicas. Con base en revisión bibliográfica, y partiendo del supuesto de que la actividad de relaciones públicas es un sistema reflexivo en continua adaptación a transformaciones y valores de la sociedad, se examina el papel de la historicidad para el desarrollo de una comprensión crítica en y de relaciones públicas, tanto en el ámbito de la formación como de la práctica.

PALABRAS-CLAVE: RELACIONES PÚBLICAS; HISTORIOGRAFÍA; HISTORICIDAD; ENFOQUE CRÍTICO; ÉTICA



1. Introdução

*Quem não recorda o passado
está condenado a repeti-lo.
George Santayana*

A história de relações públicas tem sido descrita com base em uma narrativa dominante disseminada extensivamente por meio da literatura da área. Para o desenvolvimento deste artigo, partimos de uma visão de relações públicas como campo social, o que se distingue da atividade profissional de per se, embora a atividade profissional esteja nele contida. Assim, tem-se em mente que a ocupação profissional de relações públicas é “algo que apareceu mais tarde e, em muitos lugares, todavia acabou monopolizando o sentido da expressão” (Rüdiger, 2011, p.44).

Portanto, entende-se que as origens das atividades e práticas de relações públicas precedem o surgimento da ocupação profissional de relações públicas tal como predominantemente descrito na literatura da área. A narrativa histórica prevalente em relações públicas, delimitada por uma perspectiva marcadamente norte-americana, consagrou-se em livros acadêmicos e didáticos em âmbito global (L'Etang, 2013; 2016; Fitch; L'Etang, 2017). No entanto, diante da importância de se estabelecer conexões entre relações públicas e os ambientes socioculturais em que se desenvolvem, cumpre-nos refletir sobre a importância da historiografia estabelecida na área e de sua compreensão crítica.

Neste artigo, discute-se a justaposição entre relações públicas e modernidade, tomando-se como pressuposto que a historiografia de relações públicas, seja como campo profissional, atividade, prática ou campo acadêmico, pode contribuir para o entendimento de suas potencialidades e limitações éticas, bem como para a constituição de seus “presentes” e “futuros”.

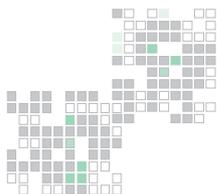
Nesse sentido, defende-se a importância de trazer a história à memória por meio do resgate

e registro do passado, sempre em conexão com o presente e o futuro, o que implica pensar e construir a historicidade das relações públicas em modo contínuo. Examinam-se, para tanto, duas condições que podem afetar a rememoração do passado: a crença em narrativas dominantes ou únicas, e a existência dos vieses que condicionam o próprio registro histórico. Assim, argumenta-se que a consciência de que esses fatores intervem no processo de construção da historiografia é essencial para a formação de sujeitos mais críticos e reflexivos, agentes da historicidade. No caso específico de relações públicas, advogamos que a análise do conhecimento historiográfico e suas representações pode favorecer a construção de teorias e práticas cada vez mais reflexivas, críticas e éticas.

Assim sendo, este artigo não busca resgatar a história de per se; antes, aplica-se ao entendimento do conceito de historicidade e suas imbricações com a modernidade reflexiva, discutindo de que forma a historiografia de relações públicas pode contribuir para uma compreensão crítica desse campo e para a constituição de sua historicidade.

2. Relações públicas e modernidade, uma relação de justaposição

Considerando-se a história amplamente disseminada sobre seu surgimento e desenvolvimento na América do Norte, relações públicas é uma atividade profissional que emerge na virada do século XX e que se consolida globalmente e, de forma muito potente, com o capitalismo financeiro. Como afirma Patricia Parsons, “As relações públicas modernas no mundo desenvolvido de hoje podem indiscutivelmente reconhecer suas origens nos Estados Unidos, início do século XX, e por pessoas como Edward Bernays e Ivy Lee” (Parsons, 2008, p.6, tradução nossa). Em *Edward Bernays: el día en que se inventaron las relaciones públicas* (2006), Federico Rey Lennon discu-



te a paternidade das relações públicas modernas como fato que desperta sentimentos ambíguos. Segundo ele, “ninguém pode negar que, junto a Ivy Lee, [Edward Bernays] foi o inventor das relações públicas. Lee deu nome ao campo. (...) Mas foi Bernays que deu nome à profissão” (Rey Lennon, 2006, p.15-6, tradução nossa).

Afirmar que não há separação entre relações públicas e modernidade se justifica, aqui, pela adoção da narrativa histórica dominante¹ em relações públicas como ponto de partida para a reflexão proposta neste artigo. Convém aclarar, no entanto, que os pressupostos e as condições que ensejaram o surgimento e o avanço dessa atividade profissional aconteceram ao longo da história humana e social. Scott Cutlip diz a esse respeito que

Relações públicas – ou seus equivalentes, propaganda, publicity, informação pública – começaram quando pessoas passaram a viver juntas em campos tribais onde a sobrevivência de um dependida dos outros da tribo. Para funcionar, a civilização requer comunicação, conciliação, consenso e cooperação – os ali-cercos da função de relações públicas (Cutlip, 1995, p.x, tradução nossa).

Cutlip também indica, por meio de variados exemplos, que “o uso de *publicity* e agentes de imprensa para promover causas, angariar terras e levantar recursos é mais velho que a própria nação. De fato, o talento dos Estados Unidos para a promoção remonta aos primeiros assentamentos na costa leste no século 16” (Cutlip,

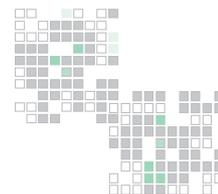
¹ A narrativa norte-americana sobre o surgimento e a evolução de relações públicas estabeleceu marcos e personagens centrais para a história contada na literatura da área, muito embora diversos pesquisadores em várias partes do mundo já tenham se dedicado à construção de historiografias locais, mostrando que, desde o que se nomina proto-história (uma história antiga de práticas que podem ser definidas como relações públicas) até às histórias mais contemporâneas contadas em diversos lugares e tempos, relações públicas como campo social tem uma história muito mais ampla e complexa do que comumente se pensa.

1995, p.1, tradução nossa).

As conexões de relações públicas com a modernidade tardia e reflexiva, e, portanto, com a aceleração e complexificação das transformações na sociedade nas últimas décadas, é significativa. Em *Modernidade e identidade*, Anthony Giddens discute a questão da modernidade e das instituições modernas, diferentes “de todas as formas anteriores de ordem social quanto a seu dinamismo, ao grau em que interferem com hábitos e costumes tradicionais, e a seu impacto global”; para ele, “a modernidade deve ser entendida num nível institucional; mas as transformações introduzidas pelas instituições modernas se entrelaçam de maneira direta com a vida individual, e portanto com o eu” (Giddens, 2002, p.9). Nesse sentido, afirma que a sociologia e as ciências sociais são “inerentes à reflexividade institucional da modernidade” (Giddens, 2002, p.10).

Sobre a visão de Giddens, Jesper Falkheimer afirma que, “de uma perspectiva de relações públicas, ela [a modernidade reflexiva] dá uma oportunidade de deixar o quadro organizacional de análise e tentar interpretar relações públicas como uma força em uma sociedade em rápida mudança” (Falkheimer, 2007, p.291, tradução nossa). Falkheimer vê o conceito de modernidade reflexiva como “particularmente relevante para uma macroanálise das relações públicas como um sistema especializado reflexivo e social, em uma relação dialética com as normas e valores da sociedade”, portanto, uma terceira via entre as visões modernista e pós-modernista (Falkheimer, 2007, p.292, tradução nossa). Para Falkheimer e Heide (2016, p.167, tradução nossa), “relações públicas podem ser encaradas como um processo ou sistema organizacional reflexivo que objetiva criar, defender ou aumentar a legitimidade em processos de modernidade reflexiva dentro de organizações e entre organizações e a sociedade”.

Na modernidade tardia e reflexiva, as relações públicas podem ser vistas como atividade e disci-



plina estabelecidas. Mais que isso, as relações públicas são, em si, um sistema reflexivo que continuamente se adapta às transformações em curso na sociedade. Essa visão é a base para a argumentação deste artigo, pois se as relações públicas buscam permanente conciliação com as normas e valores da sociedade em variados tempos e espaços, trata-se, sobretudo, de uma atividade com fortes implicações históricas e socioculturais.

O século XXI é marcado por incertezas que resultam, principalmente, dos grandes sucessos do capitalismo. Ulrich Beck sustenta que o processo de modernização se tornou reflexivo, “convertendo-se a si mesmo em tema e problema” (Beck, 2010, p.24). Nesse sentido, o conceito de modernização reflexiva não está associado a *reflexão*, mas a *autoconfrontação*. Assim, “a transição do período industrial para o período de risco da modernidade ocorre de forma indesejada, despercebida e compulsiva no despertar do dinamismo autônomo da modernização, seguindo o padrão dos efeitos colaterais latentes” (Beck, 2012, p.18). Esse fenômeno, por fim, destrói os alicerces da sociedade industrial. Nunca antes uma geração conviveu com tantos riscos. Diante disso, Beck argumenta:

Assim, em virtude do seu inerente dinamismo, a sociedade moderna está acabando com suas formações de classe, camadas sociais, ocupação, papéis dos sexos, família nuclear, agricultura, setores empresariais e, é claro, também com os pré-requisitos e as formas contínuas do progresso técnico-econômico. Este novo estágio, em que o progresso pode se transformar em autodestruição, em que um tipo de modernização destrói outro e o modifica, é o que eu chamo de etapa da modernização reflexiva (Beck, 2012, p.13).

Para Beck (2012, p.14), não seria a crise do capitalismo que teria produzido a modernidade reflexiva, mas, sim, seus êxitos. Diante disso, ele

alega que esse conceito escapa do “antagonismo existente entre as duas principais autoridades da modernização simples – os marxistas e os funcionalistas –, ou seja, não haverá uma revolução, mas uma nova sociedade”.

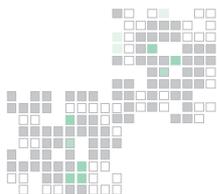
Crises econômicas, humanitárias, questões migratórias, miséria, terrorismo e problemas de identidade são também mencionados por Gilles Lypovetsky e Jean Serroy (2011) ao falar sobre a hipermodernidade como realidade que consagrou uma cultura-mundo moldada pelo sistema tecnocapitalista:

Não se limitando mais à esfera do ideal, ela [a era pós-moderna] remete à realidade planetária hipermoderna em que, pela primeira vez, a economia mundial se ordena segundo um modelo único de normas, valores e objetivos – o éthos e o sistema tecnocapitalista –, e em que a cultura se impõe como um mundo econômico de pleno direito (Lypovetsky; Serroy, 2011, p.9).

Diante de tantas instabilidades e crises, é necessário colocar em perspectiva o papel do sujeito como agente dinâmico e que *faz a história*. Relações públicas, como sistema reflexivo que acompanha e se acomoda às mudanças em curso, também intervém ativamente na construção dessas mudanças. Diante disso, há que se pensar no papel da historiografia e da historicidade na evocação das lembranças e na compreensão crítica do que já foi, do que é/está sendo e do que isso representa para o(s) futuro(s) dessa atividade e disciplina.

3. Por que falar sobre historiografia e historicidade

Há relativa discrepância entre as conceituações de história, historiografia e conhecimento historiográfico, como indica Torres (1996). Para este artigo, partimos do entendimento de que a



história é o processo em si, conhecimento historiográfico é o registro do processo histórico e historiografia é o produto desse registro e as representações a ele vinculadas ou dele derivadas.

Já a historicidade remete ao sujeito como agente do processo histórico. Essa agência se dá em distintas instâncias, por meio das quais o homem transforma a realidade e é por ela afetado, recursivamente. Normas, valores, crenças, ritos, instituições: todos podem ser transformados e, ao mesmo tempo, transformar.

Eric Hirsch e Charles Stewart (2005) afirmam que, em nível mais geral, o termo *historicidade* faz referência ao passado de objetos e de pessoas (nisso igual a *Geschichtlichkeit*). Assim, “Tudo e todos na terra têm historicidade nesse sentido, ainda que essa historicidade não tenha sido articulada, ou mesmo que não haja (no presente) evidência em que basear o conhecimento dessa historicidade”. Destarte, “...‘historicidade’ descreve uma situação humana em fluxo, onde versões do passado e do futuro (de pessoas, coletivos ou coisas) assumem forma presente em relação a eventos, necessidades políticas, formas culturais disponíveis e disposições emocionais”. Por fim, concluem: “Historicidade nesse sentido é a maneira pela qual pessoas operando sob limitações de ideologias sociais atribuem sentido ao passado enquanto antecipam o futuro” (Hirsch; Stewart, 2005, p.262, tradução nossa).

A ideia de historicidade diz respeito à produção contínua de relatos e elos sobre “passados” e “futuros” e é um conceito inseparável das noções de tempo e temporalidade: “enquanto ‘história’ isola o passado, historicidade enfoca o complexo nexos temporal entre passado-presente-futuro” (Hirsch; Stewart, 2005, p.262, tradução nossa). A expressão ‘fazer história’ seria, portanto, uma ideia alinhada ao conceito de historicidade.

Acerca da historiografia ocidental, Hirsch e Stewart avaliam que “a aceitação-padrão de história nas sociedades ocidentais é uma representação

factual (geralmente escrita) do passado, intencionalmente pesquisado e composto de acordo com princípios racionais” (Hirsch; Stewart, 2005, p.263, tradução nossa). Os autores argumentam que geralmente “o passado é separado do presente e essa separação permite o reconhecimento da história como um objeto” (Hirsch; Stewart, 2005, p.263, tradução nossa).

Jacque L’Etang² aponta que o objeto da pesquisa histórica em relações públicas tem sido um dilema recorrente na área. Segundo a pesquisadora, isso interfere negativamente na historicidade das relações públicas:

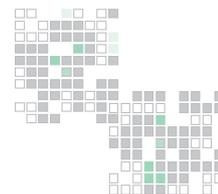
Essa problemática de relações públicas afeta as maneiras pelas quais os atuais profissionais e acadêmicos de relações públicas compreendem suas respectivas práticas e pressupostos de atuação, e sua habilidade para afetar e moldar a historicidade das relações públicas (L’Etang, 2016, p.28, tradução nossa).

A pesquisadora reitera que “as atividades de relações públicas tipicamente emergiram em momentos históricos de mudança, transformação e contestação emergentes” (L’Etang, 2016, p.28, tradução nossa), e esse processo continua, está em andamento, e requer de todos - estudantes, professores, profissionais e pesquisadores da área - atenção constante e justifica, portanto, a necessidade de se falar em historiografia e historicidade no campo.

4. Da necessidade de ‘trazer à memória’

Adotamos aqui a proposta de David Zeitlyn (2015), que fala sobre o estudo dos “passados”, “presentes” e “futuros”. A pluralização de Zeitlyn envolve:

² Jacque L’Etang é pesquisadora sênior de relações públicas com formação e orientação historiográfica e crítica, tendo publicado diversos artigos, livros, coletâneas e capítulos de obra em que discute as “histórias” de relações públicas.



- Passados: a consciência de que há vários passados permite engajamento com a ideia de especulação sobre o que aconteceu ou pode ter acontecido, afetando nosso entendimento do presente e mesmo do futuro. Também, traz uma pluralidade de pontos de vista e histórias. A metáfora dos fractais é usada como exemplo para indicar que a história se autorreplica em partes menores, e que “em cada parte há uma história diferente que pertence a um passado diferente” (Zeitlyn, 2015, p.387, tradução nossa).

- Presentes: “Diferentes grupos têm diferentes compreensões do presente. (...) Não há um único presente com uma única verdade, mas uma série de presentes ligados entre si, cada qual com seu próprio (e interconectado) conjunto de verdades” (Zeitlyn, 2015, p.388, tradução nossa). Como argumenta Patrick Baert, “o presente é aquele no qual a representação ou significado do passado e do futuro são continuamente alterados. As pessoas frequentemente reaccessam o passado e, como consequência, começam a pensar de forma diferente sobre o futuro” (Baert, 1992, p.4 apud Zeitlyn, 2015, p.388, tradução nossa).

- Futuros: os futuros são edificados ao longo do processo, e não meramente “surgem”. Esse processo de construção do futuro é moldado pelos seres em ação e, nesse sentido, ao pensar assim, podemos assumir o papel de indivíduos que se importam com o futuro e que recorrem aos “passados” como forma de produzir, nos “presentes”, “futuros” desejáveis.

Resgatar o papel do sujeito que faz a história e, no caso específico deste artigo, da história de relações públicas em suas intersecções com os acontecimentos sociais, culturais, políticos, econômicos, discursivos, é primordial para a renovação consciente das práticas e do pensamento crítico nesse campo. Isso requer o reconhecimento de que a história da atividade, suas práticas e suas consequências no mundo histórico devem ser: 1) investigadas em variados contextos socio-

culturais e tempos (“passados”); 2) correlacionadas aos eventos e fenômenos que são afetados/produzidos pela atividade de relações públicas e que a ela afetam, conseqüentemente; 3) analisadas criticamente em relação a práticas e fatos passados (incluindo-se o passado recente), uma forma de identificar erros antes que se repitam; 4) frequentemente lembradas.

A seguir, elegemos dois aspectos que podem favorecer ou prejudicar a lembrança ou anamnese do passado³: a ideia de que há uma única história e a existência dos vieses.

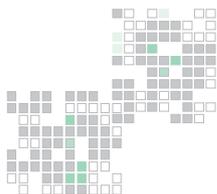
4.1 A ilusão da história única

Em sua palestra *The danger of a single story*, Chimamanda Adichie admoesta acerca dos perigos de uma narrativa única. A escritora nigeriana fala sobre as relações entre poder e história. Para ela, “é impossível falar sobre uma história única sem falar sobre poder. (...) Poder é a habilidade de não só contar a história de uma outra pessoa, mas de fazê-la a história definitiva daquela pessoa” (Adichie, 2009, tradução nossa). No caso de relações públicas, a história dessa ocupação profissional foi extensivamente narrada com base em acontecimentos norte-americanos, e essa narrativa se estabeleceu com vigor, a ponto de ser acolhida, por muitos, como uma história única e hegemônica.

Nesse sentido, Jacquie L’Etang critica a adoção irrestrita de uma narrativa dominante:

A maioria dos livros didáticos de relações públicas oferece um relato de alguma forma burilado da história dos Estados Unidos com algumas referências a gregos e romanos para sugerir que as relações públicas têm há muito

3 A noção platônica de anamnese está diretamente relacionada à questão da consciência e de um conhecimento prévio inerente a todos os seres humanos. Recobrar essa consciência é um processo que acontece paulatinamente ao longo do desenvolvimento de cada indivíduo. O termo foi usado, aqui, para indicar uma lembrança não apenas da história, mas da consciência histórica.



sido há muito conectadas à promoção da identidade cultural e do debate político. A noção comum que prevalece é que os norte-americanos inventaram relações públicas e então as exportaram para todos os cantos do mundo. No caso do Reino Unido, isso evidentemente não é verdade, e está se tornando mais claro que em muitos países formas de relações públicas foram levadas a efeito em vários estágios (L'Etang, 2013, p.31, tradução nossa).

L'Etang (2013, p.32, tradução nossa) afirma que “acadêmicos ainda estão recuperando a história das relações públicas em todo o mundo”⁴, e a compreensão dos “diferentes caminhos de evolução gerará insights sobre a prática e potencialmente pode conduzir a novos conceitos, quadros de referência e teoria”. Alerta, também, para o fato de que, em muitos países, relações públicas foi parte ativa de processos de construção da identidade nacional, luta por liberdade, propaganda política e propaganda de guerra, por exemplo. Otimista, afirma que “Haverá no devido tempo múltiplas histórias (corporativas, políticas, biográficas, setoriais, liberal, marxista etc.) e interpretações para cada nação ou nações sem Estado”, e reforça que “quadros teóricos derivados da evolução histórica de um país não podem ser razoavelmente aplica-

4 No Brasil, a historiografia de relações públicas tem sido trabalhada por diversos pesquisadores que buscaram reconstituir o percurso da atividade nesse território. Pode-se afirmar que houve um grande esforço para resgatar histórias de relações públicas, tanto sob o ponto de vista de constituição profissional quanto disciplinar do campo. Entre os assuntos descritos na literatura brasileira, destacam-se: história das entidades de classe; história da assessoria de imprensa no Brasil; trajetória do ensino de graduação e pós-graduação no Brasil; história dos estudos de relações públicas comunitárias no Brasil; história dos pioneiros das relações públicas no Brasil; mercado brasileiro de relações públicas; legislação de relações públicas; produção acadêmica de relações públicas no Brasil e, ainda, resgate das imbricações socioestruturais entre os campos da comunicação organizacional e de relações públicas. Mencione-se, também, a peculiaridade do contexto brasileiro, em que as interfaces culturais e socioestruturais entre os campos de relações públicas e comunicação organizacional são marcantes em comparação a outros países (Kunsch, 2009; Lemos, 2017).

dos como modelos interpretativos em outras culturas” (L'Etang, 2013, p.32, tradução nossa).

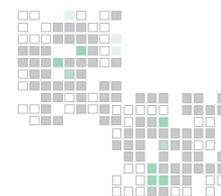
Kate Fitch e Jacquie L'Etang (2017) discutem detalhadamente o estado da história e da historiografia de relações públicas⁵, mencionando desafios e limitações das histórias e historiografias ‘nacionais’. Segundo as autoras, “Até anos recentes, tem havido interesse limitado entre os acadêmicos de relações públicas com relação à história de sua disciplina. Das histórias disponíveis, muitas se baseiam em perspectivas profissionais e são frequentemente escritas para livros didáticos; essas histórias tendem a oferecer relatos amplamente aceitos, mas acrílicos, focados em realizações profissionais” (Fitch; L'Etang, 2017, p.118, tradução nossa).

A despeito das controvérsias sobre esse assunto, uma questão é convergente nas discussões entre distintos pesquisadores: a ocupação profissional de relações públicas tal como a conhecemos hoje foi profundamente determinada pelo contexto norte-americano em que emergiu de forma pujante, e experimentou grande expansão no século XX, chegando ao século XXI como uma indústria consolidada em âmbito global. No entanto, há hoje uma visão emergente que busca refletir mais criticamente sobre como as representações associadas à narrativa dominante – sobretudo modelos de relações públicas e personagens de referência – influenciam práticas, bem como a produção e reprodução acadêmica na área.

4.2 Os vieses

A história como ciência tem também seus próprios embates, os quais não são objeto deste

5 Neste artigo, as autoras realizam um estudo abrangente dos esforços empreendidos pela comunidade acadêmica de relações públicas para reconstituir e contar as histórias nacionais de relações públicas, com destaque para a coleção editada por Tom Watson, *National Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices* (2014-2015), em que “Watson reitera o aspecto apresentado por outros com relação à dominância da escola norte-americana em relações públicas e a influência continuada do paradigma ‘de Grunig’ sobre conceituações da atividade de relações públicas em outros países” (Fitch; L'Etang, 2017).



artigo. No entanto, vale uma breve reflexão sobre o fato de que, ao longo do tempo, os ‘esquecimentos’ e ‘apagamentos’, as escolhas, os vieses permaneceram como desafios para o exercício da historiografia:

David Zeytlin afirma, acerca da tradição de criação de histórias, que as narrativas “são frequentemente caracterizadas por uma descrição de Fracasso (ou declínio de um jardim do Eden) ou Progresso (rumo a uma Utopia futura)” (Zeitlyn, 2015, p.385, tradução nossa). Ele lembra que, de fato, em dados contextos históricos traumáticos, esquecimento e silenciamento acontecem com frequência, porque aqueles que sobrevivem desejam esquecer o que viveram e viram. Mas, “apesar do esquecimento (ou silenciamento, o que não é a mesma coisa), socialmente pode ser importante que o mundo não esqueça (a história do século XX não encoraja a ideia de que isso tenha êxito)” (Zeitlyn, 2015, p.386, tradução nossa).

Ainda, Zeitlyn reforça que a constante necessidade de representação dos avanços históricos pode levar a situações de negação e apagamento dos fracassos, do que parece obsoleto, e daquilo que é indesejável: “... obsessões por inovação e mudança levam a versões repetidas dos mesmos erros e ao que poderíamos chamar de ‘evacuação do passado recente’. O passado, incluindo o passado recente, é descartado como algo não relevante uma vez que tudo está diferente agora” (Zeitlyn, 2015, p.383, tradução nossa).

A narrativa dominante de relações públicas chama a atenção, entre outras coisas, porque, apesar da marcante presença feminina na atividade⁶, tem uma historiografia marcadamente mas-

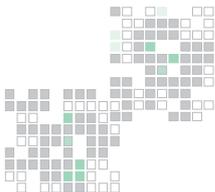
culina. Em *A distinção*, Pierre Bourdieu afirma, acerca da realidade francesa, por exemplo, que as profissões de intermediação cultural (às quais se refere como novas profissões, entre as quais relações públicas) foram ocupadas por expressiva proporção feminina naquele país: “O fato de que as novas posições sejam ocupadas, em uma importante proporção, por mulheres contribui, sem dúvida, para realizar completamente as potencialidades de que elas são portadoras e, precisamente, se afirmam neste recrutamento” (Bourdieu, 2013, p.340).

A presença feminina é reconhecida na literatura da área e evidenciada por pesquisas periódicas realizadas pelas associações e entidades de classe, bem como por observação empírica em eventos, cursos, congressos, e está documentada também na literatura norte-americana (Cutlip, 1995). No entanto, a historiografia da área não reflete essa realidade.

Outro fato que merece destaque está no próprio termo “relações públicas”. Para David Miller e William Dinan (2008), a própria criação do termo “relações públicas” foi um tipo de *spin* com o objetivo de criar uma nova etiqueta para atividades conhecidas como propaganda. Mais contemporaneamente, a associação entre relações públicas e a função de gestão estratégica da comunicação organizacional tem levado à substituição frequente de “relações públicas” por “gerenciamento da comunicação” ou “comunicação estratégica” (e outros similares) como forma de evitar associações negativas trazidas pelo termo “relações públicas”, tratado por muitos como palavra-tabu (Dühning, 2015). Essa ideia de evolução pela desassociação com o passado pode ser uma fragilidade para o conhecimento crítico em relações públicas, visto que, como diz Elizabeth Toth acerca do futuro do campo,

Alguns até previram a perda do termo relações públicas para outros conceitos como comuni-

6 O estudo Velvet Ghetto, conduzido por Elizabeth Toth e colaboradores e realizado nos Estados Unidos e Canadá por meio de entrevistas e grupos focais com profissionais e estudantes de relações e também com base na comparação com dados levantados pela IABC (International Association of Business Communicators) em 1981, 1983 e 1985 revelou um padrão de feminização no campo e um correspondente declínio dos cargos e salários (Mall, 1986). Esse cenário teve pouca alteração.



cação estratégica, gerenciamento/gestão da comunicação, comunicação integrada, ou comunicação organizacional. Embora os profissionais de relações públicas estejam similarmente em conflito quanto ao uso do termo, ele ainda está entre nós. Ainda temos que estabelecer um corpo de conhecimento distinto que seja reconhecido e aceito por outras disciplinas (Toth, 2010, p.719, tradução nossa).

Do ponto de vista da historicidade de relações públicas, a própria ideia de conexão do termo “relações públicas” com boas ou más práticas deve ser compreendido como ato contínuo e em construção, o que nos alerta para nossa responsabilidade na constituição de novas conexões conceituais e terminológicas em um micronível (como profissionais que atuam nessa área) e em um macronível (quanto às implicações de nossas escolhas em um nível social). Não se trata, portanto, de uma construção meramente discursiva, mas de um *modus operandi* que suscita novos olhares sobre o termo.

5. Da historiografia à historicidade: um resgate das implicações éticas da atividade de relações públicas

A historiografia de relações públicas é rica em representações baseadas em relatos de casos, personagens e contextos controversos. Em diversas circunstâncias, estabelecem-se associações com propaganda, manipulação, práticas de *astroturfing* e criação de *front groups*, apenas para citar algumas das situações comumente mencionadas (Cutlip, 1995; Miller; Dinan, 2008; Rüdiger, 2011; L'Étang, 2016). Essas associações entre relações públicas e práticas questionáveis têm sido combatidas por profissionais e pesquisadores da área, mas há ainda grande espaço para aprimoramento e desenvolvimento do campo (Parsons, 2008).

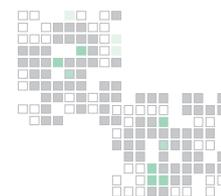
Patricia Parsons lista cinco pilares da ética de relações públicas: veracidade (dizer a verdade);

não-maledicência (não causar dano); beneficência (fazer o que é bom); confidencialidade (respeitar a privacidade); justiça (ser justo e socialmente responsável) (Parsons, 2008, p.20, tradução nossa). Por sua vez, Fraser Seitel (2017) afirma que “as relações públicas se tornaram a força de comunicação mais poderosa do século XXI” e menciona em seu artigo, acerca dos pronunciamentos públicos acontecidos no início de 2017 nos Estados Unidos, no âmbito político pós-eleição, violações a pelo menos seis princípios centrais das relações públicas: nunca mentir, sempre checar os fatos, não atacar os meios de comunicação, não insultar adversários, manter a palavra e, por fim, manter o decoro em qualquer situação. Essas premissas para a prática de relações públicas derivam de uma observação que a própria categoria profissional tratou de consolidar ao longo do tempo, em seu percurso rumo à profissionalização.

Johanna Fawkes, pesquisadora de relações públicas e ética, analisa o percurso pelo qual a área aderiu ao modelo simétrico de mão dupla como o único modelo inerentemente ético, critica o fato de que persuasão tenha passado a ser assunto periférico, e posiciona-se contrária à ideia de que relações públicas são apolíticas (Fawkes, 2015, p.17, tradução nossa). Nesse sentido, há que se pensar nas questões de assimetria e poder que permeiam a atividade de relações públicas, o que implica refletir sobre as dimensões do saber, do saber-fazer e do saber-ser que condicionam a historiografia da área e, principalmente, sua historicidade.

Acerca da historiografia de relações públicas e sua dimensão ética, algumas questões se destacam como essenciais para sua historicidade crítico-reflexiva:

- Amplo acolhimento de uma narrativa histórica dominante: como já mencionado, a história norte-americana foi disseminada globalmente e se tornou uma ‘história única’, com todos os pe-



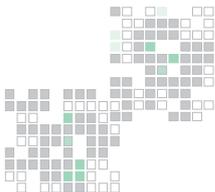
rigos e limitações que isso traz; essa história nos parece já suficientemente contada e replicada na literatura da área. Cabe, pensar, portanto, em que medida essa narrativa descarta personagens, práticas e consequências da atividade nos mais diversos espaços e âmbitos da sociedade. Em linhas gerais, a narrativa dominante da história de surgimento da profissão atribui baixa ênfase à presença feminina na atividade, e evita ou mesmo desqualifica associações com a propaganda (com efeito, esse tema tornou-se um calcanhar de Aquiles para a área).

- Ideia de que as relações públicas evoluíram como prática cada vez mais ética: a concepção de modelos que ‘evoluíram’ ao longo do tempo, do ‘menos ético’ para o ‘mais ético’, é ponto de atenção. A cronologia histórica que deu ensejo aos modelos de relações públicas conduz à interpretação de que a prática progrediu eticamente ao longo do tempo (Grunig, J.; Grunig, L., 1992; Lattimore et al, 2013). James e Larissa Grunig (1992) falam, acerca do modelo simétrico de mão dupla, que é o único modelo inerentemente ético: “Acreditamos, contudo, que o modelo simétrico de mão dupla deveria ser o modelo normativo para relações públicas – ele descreve as relações públicas praticadas de forma excelente” (Grunig, J.; Grunig, L., 1992, p.291). Considerando-se que os modelos de divulgação, informação pública e assimétrico de mão dupla, somados, são as práticas mais recorrentemente identificadas nas organizações, poder-se-ia afirmar que a maioria das organizações adota práticas não éticas de relações públicas? Acreditamos que a resposta a essa pergunta é *não*. A ideia de que o modelo simétrico é o único inerentemente ético é um aspecto a ser debatido e problematizado na área, pois os demais modelos (com ressalvas ao modelo de divulgação) acontecem ou podem *ser praticados* de forma ética (o que difere da ideia de *serem inerentemente éticos*, virtude atribuída ao modelo simétrico de relações públicas exclu-

sivamente). Há que se considerar, portanto, que práticas éticas e não éticas podem acontecer em todos os modelos sugeridos, o que evidencia o papel ativo das organizações e dos profissionais da área na idealização e realização das práticas de relações públicas.

- necessidade de mais reflexão crítica sobre o papel dos relações-públicas na constituição da historicidade no campo: apesar de haver uma crescente preocupação com o resgate da história do campo (sua historiografia como atividade, disciplina, prática, função...), ainda há muito espaço para questionamentos sobre a história narrada e suas implicações nos contextos políticos, culturais, econômicos, midiáticos e discursivos locais e globais, bem como acerca da participação que os próprios profissionais têm nessa constituição histórica. A ampliação dessa análise requer que se reconheçam as consequências das práticas de relações públicas em nosso mundo histórico. Essas amarrações envolvem tanto eventos já acontecidos quanto os que estão em andamento *enquanto* acontecem. Uma pergunta que exemplifica essa questão seria, por exemplo: como a atividade de relações públicas influenciou a eleição de determinado candidato ao cargo X no local Y e que consequências isso tem para a conformação da democracia em âmbito local, regional e/ou global? Perguntas dessa natureza estimulam a reflexão sobre o papel de relações públicas na construção da realidade e sobre o relações-públicas nesse processo.

- Relativo apagamento das histórias consideradas “menos éticas”: diz o senso comum que ‘lembrar é viver’ e que ‘aprendemos com os erros’, talvez até mais que com acertos. Na historiografia de relações públicas, as referências mais repercutidas são as que personificam o ideal ético. Isso pode inicialmente parecer óbvio – dificilmente alguém escolheria um mau exemplo como referência profissional -, mas não se pode desconsiderar personagens cuja relevância para a cons-



tituição da profissão e de suas práticas é inegável. A sombra lançada sobre a figura de Edward Bernays⁷, a quem estão associados termos como manipulação, propaganda, *spin*, modelo assimétrico de mão dupla e tantos outros, é um exemplo ilustrativo. Curiosamente, Bernays formulou um modelo de influência (o uso de *influencers* para “fazer a cabeça” dos grupos a eles ligados) (Rey Lennon, 2006) que se tornou prática consagrada e amplamente adotada pela indústria de relações públicas e por outras áreas em todo o mundo e cuja exacerbação assume novos contornos e atinge seu auge nesta primeira parte do século XXI, com os *digital influencers*. Às associações negativas são contrapostas, com maior espaço e evidência, personagens como Ivy Lee, Arthur Page, James Grunig, entre outros aos quais vinculam-se conceitos ‘mais éticos’, como transparência, reputação, eficácia e gerenciamento (Lattimore et al, 2013; Lemos, 2017).

Diante disso, indagamos: se a historiografia e a recordação do passado evidenciarem tão somente, ou principalmente, representações e relatos positivamente exemplares, de que forma o profissional de relações públicas poderá desenvolver suas habilidades críticas? Como conhecerá os equívocos do passado e as interfaces disciplinares de relações públicas com propaganda, por exemplo, de forma a formular seus próprios juízos de valor e sua própria forma de intervir na realidade? E, por fim, como poderá exercer papel ativo na construção da historicidade de relações públicas?

Embora haja muitas críticas e objeções a relações públicas e sua ética por parte de atores externos ou observadores da área, defendemos que a perspectiva crítica deva se fortalecer *dentro* do campo, trabalho que vem sendo realizado com vigor pela chamada *escola crítica de relações pú-*

blicas (Lemos, 2017).

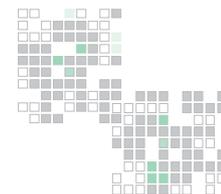
6. Considerações finais: historicidade e relações públicas como exercício ético

Acreditamos que a ideia de que a história está fora de nós e no passado não é compatível com a necessidade de autoconfrontação e reflexividade que a prática profissional de relações públicas requer contemporaneamente. Assim, a recordação é uma estratégia de conhecimento essencial para o ensino e para a prática reflexiva de relações públicas hoje.

A historicidade e o olhar crítico para a história contada e para os acontecimentos que estão acontecendo à nossa volta e são influenciados ou resultam de ações e intervenções de relações públicas requer novos pressupostos para o estudo da historiografia de relações públicas e, conseqüentemente, para que estudantes, profissionais, professores e pesquisadores da área possam conhecer, analisar e refletir criticamente sobre o campo, seus “passados”, “presentes” e “futuros”.

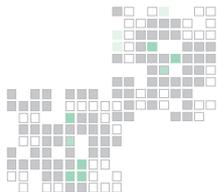
O resgate da historiografia e a conscientização acerca da responsabilidade histórica para a construção de uma historicidade mais atenta aos dilemas éticos não apenas ligados à área de relações públicas, mas, sobretudo, arraigados nos modos de ser e viver da modernidade tardia e reflexiva, pode construir futuros positivamente transformadores. A adoção de uma postura de resistência crítica pode influenciar as disposições e os modos de praticar e produzir conhecimento no campo, fortalecendo as noções do fazer ético em relações públicas, pois desmistifica a crença de que, porque determinadas práticas foram aceitas e largamente adotadas até aqui, então são inerentemente éticas. Pensar criticamente deve ser entendido como uma autoconfrontação produtiva para o campo, afinal, como bem pontua Parsons (2008), os maiores interessados na legitimidade da atividade e da disciplina são os que a ela se dedicam.

⁷ Sobre Bernays, há diversos livros que contam sua biografia detalhada, e sua trajetória é objeto de críticas por parte de acadêmicos de relações públicas e de outros campos. O documentário *The Century of the Self*, da BBC, também traz sua história e trajetória.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADICHIE, Chimamanda N. *The danger of a single story*. TED, 2009. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story>. Acesso: 14 jun. 2015.
- BECK, Ulrich. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. Trad. Magda Lopes. Rev. téc. de Cibele Saliba Rizek. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2012. p.11-87.
- BECK, Ulrich. *Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade*. São Paulo: Editora 34, 2010.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Trad. Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. 2. ed. rev. Porto Alegre: Zouk, 2013. (Obra publicada originalmente em 1979).
- CUTLIP, Scott M. *Public Relations History: from the 17th to the 20th century*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1995.
- DÜHRING, Lisa. Lost in translation? On the disciplinary status of public relations. *Public Relations Inquiry*. 2015, Vol. 4(1) 5-23. Sage Publications.
- FALKHEIMER, Jesper. Anthony Giddens and public relations: a third way perspective. *Public Relations Review*, 33, p.287-293, 2007.
- FALKHEIMER, Jesper; HEIDE, Mats. A reflexive perspective on public relations. On leaving traditional thinking and uncovering the taken-for-granted. In: L'ETANG, Jacquie; McKIE, David; SNOW, Nancy; XIFRA, Jordi (eds.). *The Routledge handbook of critical public relations*. London and New York: Routledge: 2016. p.162-172.
- FAWKES, Johanna. *Public relations ethics and professionalism: the shadow of excellence*. New York, US; London, UK: Routledge, 2015.
- FITCH, Kate; L'ETANG, Jacquie. Other voices? The state of public relations history and historiography: Questions, challenges and limitations of 'national' histories and historiographies. *Public Relations Inquiry*. 2017, Vol. 6(1), 115-136. Sage Publications.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- GRUNIG, James; GRUNIG, Larissa. Models of Public Relations and Communication. In: GRUNIG, James (ed.) *Excellence in public relations and communication management*. London, UK; New York, USA: Routledge, 1992.
- HIRSCH, Eric; STEWART, Charles. Introduction: ethnographies of historicity. *History and Anthropology*, Vol. 16, N. 3, September 2005, p.261-274.
- KUNSCH, Margarida M. K. Relações públicas na gestão estratégica da comunicação integrada nas organizações. In: KUNSCH, Margarida M. K. (org.) *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, 2009. p.185-208.
- LATTIMORE, Dan et al. Evolução do papel dos profissionais. In: _____. *Relações públicas: profissão e prática*. Trad.: Roberto Cataldo Costa. Rev. téc.: Luiz Alberto de Farias, Vânia Penafieri. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. p.378-386.
- LEMOS, Else. A era pós-disciplinar e o ambiente contemporâneo de relações públicas: cosmovisão ampliada da disciplina. 2017. 193 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.
- L'ETANG, Jacquie. *Public relations: concepts, practice and critique*. London, UK: Sage Publications, 2013.
- L'ETANG, Jacquie. Historicity as a source of critique – historicity and knowledge, societal change, activism and movements. In: L'ETANG, Jacquie; McKIE, David; SNOW, Nancy; XIFRA, Jordi (eds.). *The Routledge handbook of critical public relations*. London and New York: Routledge: 2016. p.16-27.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A cultura-mundo – resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- MALL, Janice. Public relations field: Velvet Ghetto. *Los Angeles Times*, November 30, 1986. Disponível em: <http://articles.latimes.com/1986-11-30/news/vw-27_1_public-relations-specialists>. Acesso em: jul. 2017.
- MILLER, David; DINAN, William. *A century of Spin – how public relations became the cutting edge of corporate power*. London, UK; Ann Harbor, USA: Pluto Press, 2008.
- PARSONS, Patricia. *Ethics in Public Relations: a guide to best practice*. 2nd ed. London (UK); Philadelphia (US): Kogan Page/CIPR, 2008.
- REY LENNON, Federico. *Edward Bernays: el inventor de las relaciones públicas*. Buenos Aires: Educa, 2006.
- RÜDIGER, Francisco. Relações públicas e pesquisa crítica em comunicação. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; FOSSATTI, Nelson Costa (orgs.). *Práticas acadêmicas em relações públicas: processos, pesquisas e aplicações*. Porto Alegre: Sulina, 2011. p.42-74.
- SEITEL, Fraser. Trump e o fim das relações públicas. *Veja.Com* (Seção Carta Aberta). Publicado em 28 de abril de 2017. Disponível em:



<<http://veja.abril.com.br/complemento/pagina-aberta/donald-trump-e-o-fim-das-relacoes-publicas.html>>. Acesso em: 29 abr. 2017.

TOTH, Elizabeth. Reflection on the field. In: HEATH, Robert L. *The Sage handbook of public relations*. 2nd ed. Thousand Oaks, US; London, UK; New Dehli, India; Singapore: Sage Publications, 2010. p.711-722.

TORRES, Luiz Henrique. O conceito de História e Historiografia. *Biblos*, Rio Grande, 5: 53-59, 1996.

ZEITLYN, David. Looking forward, looking back. *History and Anthropology*, 26:4, p.381-407, 2015.

Recebimento: 30/07/17

Aprovação: 31/10/17

