

As Relações Públicas na dinâmica de um espaço público plural e digital: os relacionamentos institucionais sob outro olhar

Éllida Neiva Guedes*

Índice

Introdução	1
1 O espaço público contemporâneo plural e digital	1
2 Os relacionamentos institucionais sob novo olhar: reflexo das relações no tecido social contemporâneo	8
Considerações finais	10
Bibliografia	11

Introdução

A multiplicação de arenas representativas e de vozes na organização do modo de vida social contemporâneo e os novos padrões relacionais dos atores sociais, avançados pela tecnologia, têm modificado a sociedade e os comportamentos. Assiste-se à ampliação das oportunidades de relacionamentos e das possibilidades de interação sem intermediários, próprias desta era. As plataformas digitais impulsionam a produção, a circulação e o consumo do discurso,

*Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (Brasil). Doutoranda em Ciências da Comunicação, na Universidade de Coimbra, sob a orientação da Professora Doutora Isabel Ferin Cunha.

redefinindo as formas de comunicação, nas dimensões pessoal, grupal e organizacional, e de geração de sentido.

No intuito de desenhar os contornos sociais de hoje, abordam-se, a seguir, questões relacionadas à formação do espaço público, para chegar-se à emergência de novos atores sociais e à era digital. Como desdobramento, analisam-se os impactos dessas variáveis na atuação das Relações Públicas e, conseqüentemente, chega-se a um outro olhar para os relacionamentos institucionais, como contribuição teórica à área, objetivo principal deste artigo.

1 O espaço público contemporâneo plural e digital

Ao longo da história, as sociedades reconfiguram-se, o que obriga a localização do fenômeno em questão – os relacionamentos institucionais – em um tempo e lugar específicos. Não se pode isolar a compreensão das organizações e dos públicos envolvidos naquele tipo de relacionamento da arquitetura sociohistórica contemporânea, plural em ideias e formas de compartilhamento de interesses, presenciais ou virtuais. Atentem-se, ainda, aos efeitos

das conjunturas social, política, tecnológica e digital na abertura do diálogo entre o Estado e a sociedade e dessa abertura nas relações entre os atores sociais e das organizações com seus públicos.

As crescentes demandas sociais alteram os movimentos da sociedade e provocam a organização de tais demandas em instâncias com força de representação e voz frente aos poderes instituídos, dando visibilidade ao que é de interesse comum e colocando-o à luz da discussão pública. Fala-se, então, em esferas públicas plurais, ao perspectivá-las como o lugar onde assuntos de grupos específicos são discutidos por atores públicos e privados, no sentido de pressionar os centros decisórios em direção ao atendimento do que requerem. Os temas somente adquirem caráter público por meio de uma interação fundamentada no diálogo e no debate entre os indivíduos e as instituições.

Crescem, desse modo, a organicidade desta sociedade e o espectro de possibilidades de participação e de deliberação públicas, comparativamente às que a antecederam, alavancados por um nível de cidadania mais evidente. Alarga-se a influência das esferas informais do mundo da vida na formação da opinião pública e nas mudanças do rumo do poder político.

A admissão de novos interlocutores e o destaque ao diálogo modificam as formas de reivindicar, de administrar os conflitos e de legitimar demandas. Aumenta a oportunidade de colocação de posições e contra-posições “[...]em várias arenas, por vários instrumentos e em torno de variados objetos de interesses específicos [...]” (Gomes, 1998:155), o que fortalece a sociedade.

Nesse sentido, Silveirinha (2004) diz que,

em sociedades que privilegiam classe, raça e gênero, não é possível incluir todos os interesses sociais em um só espaço, o que desloca os grupos não-dominantes das correntes dominantes para enclaves separados onde podem ter suas próprias vozes. A multiplicidade de públicos, de dimensões diversas, praticamente equivale a quantas redes de comunicação se formem em torno de temas especializados, afastando-se de um discurso comum, lembra a autora. A pluralidade de espaços públicos retrata, portanto, a “[...]realidade social, em que classes e setores sociais diversos vivem e se relacionam[...]” (Silveirinha, 2004:201).

Linhares (2006) destaca que, atualmente, a sociedade não procura o consenso pelo igual, absoluto, universalizante e desenvolve o esforço de conviver e aceitar o diferente, a diversidade.

Ainda nessa linha, Wolton (1999), em sua lógica de democracia de massas, evidencia a presença de um elevado número de atores interventores, a onipresença da informação, do marketing, da comunicação. Refere-se a sujeitos capazes de construir a própria opinião, que reconhecem o outro e acreditam no poder da argumentação. Trata-se da emergência de novos agentes sociais, que, por sua vez, apontam para novos públicos e relacionamentos institucionais.

Observa-se um quadro no qual os sujeitos sociais experimentam relacionamentos reformatados, orientados pela agência, discursividade e negociação, multiplicados pela ambiência digital. Assumem, desse modo, vários papéis, ampliando o jogo de disputa de sentidos e opiniões e a ocorrência do conflito.

Os contextos social, cultural, econômico, político e tecnológico estão tão engendrados

um no outro que a mudança em um acarreta alterações em cadeia nos demais¹. Assim, os modos de organizar o mundo e de nele estar e se relacionar sofrem efeitos da tecnologia da sociedade, com novos meios, linguagens e práticas, e da supressão de centros controladores a que se observa no formato distribuído da sociedade em rede.

Tendo-se em conta que o desenvolvimento da tecnologia e da sociedade influenciam-se mutuamente e que “[...]a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas [...]” (Castells, 1999:25), não cabe considerar a tecnologia elemento externo e sim constituinte da malha social.

À medida que os espaços comunicacionais são transformados, com a contribuição das plataformas digitais de comunicação, mais possibilidades há de aumentar o número de partícipes nos processos decisórios e de alterar a dinâmica destes. Tal panorama remete à presença de agentes sociais que já não interagem individualmente, mas por meio de instâncias organizativas independentes politicamente, formando redes marcadas por relações menos hierárquicas.

¹Para efeito de ilustração dos efeitos da mudança da variável política na social, cita-se o que aconteceu no Brasil, na segunda metade do século passado: a abertura política pós-queda da ditadura militar nos anos de 1964 e o conseqüente início de uma demorada construção do processo de diálogo com a sociedade, ainda que dentro de certos limites, modificaram o comportamento comunicacional das organizações privadas e governamentais, em consonância com os novos valores sociais. Aquelas, por exemplo, começaram a criar assessorias de comunicação em suas estruturas, ainda que incipientes no estabelecimento de relações simétricas com os diversos públicos. A partir da década de 1990, introduziram-se as ferramentas tecnológicas nessa relação, reconfigurando-a mais uma vez.

As formas de sociabilidade oferecidas pela internet, como aponta Silveirinha (2009), com todas as potencialidades positivas das antigas comunidades, em especial no que se refere ao sentido relacional e de proximidade com os outros, dá oportunidade aos indivíduos de se relacionarem com mais pessoas, alimentando um certo sentido de vida coletiva. Porém, alerta a autora, as “facilidades tecnológicas” não geram naturalmente relações democráticas e a constituição de um espaço público, no qual todos têm acesso ao debate racional de temas universais.

Sobre isso, Esteves (2007:210) pondera que a internet é fantasia e ilusão, já que até agora nada comprova que “[...]de um momento para o outro, vamos passar a discutir e decidir sobre tudo[...]”. O autor, entretanto, não deixa de reconhecer que o caráter mais inclusivo das novas formas de interação poderá vir a complementar ou a corrigir, num certo sentido, as redes de interação mais convencionais.

Nas redes tecidas no universo digital, agentes individuais e coletivos tornam-se nós, simbolizados por *sites*, *weblog's* e redes sociais de relacionamentos. Estes representam lugares de fala e de interação, que carregam preferências, padrões de comportamento e tendências dos interlocutores, ainda que, por vezes, escondidos no anonimato ou em perfis *fakes*.

A cultura participativa e do diálogo que permeia a sociedade em rede contribui para a instalação de um protagonismo que se opõe ao estatuto comunicativo do tradicional paradigma comunicacional bipolar. O protagonismo facilitado e potencializado pelos atributos tecnológicos amplifica o desejo de associar-se às várias esferas digitais. A vontade e a oportunidade de se relacionar ten-

dem a substituir a passividade de modelos anteriores e a valorizar a autoria. As redes transformam-se em campo para manifestações e compartilhamento de opiniões e informações de toda ordem – pessoal, profissional, acadêmica, política, cultural, e nesse sentido, são as questões em jogo e os perfis dos indivíduos e grupos que vão determinar o uso das ferramentas disponíveis.

A sociedade digital, é, porém, símbolo de paradoxos: ao mesmo tempo em que alargam-se as possibilidades de interação e o desejo de estar conectado, as pessoas revelam comportamentos individualistas. Os ícones do individualismo são os aparelhos digitais portáteis individuais e os fones de ouvido.

Representado pela liberdade de escolha e pelo protagonismo nos repertórios e informações, o individualismo contrapõe-se à necessidade de participar de grupos (comunidades e redes sociais) e de compartilhar, não apenas conteúdos, mas a própria vida. Participantes de um paradigma que propicia a interação regido por princípios contemporâneos, os atores sociais cada vez mais desenvolvem múltiplos contatos, com um número crescente de estranhos íntimos, como observa Freitas (2000).

Outro paradoxo do processo relacional impactado pelas contradições desta era: ao lado do desejo de participar da malha social e das mudanças na organização da sociedade civil em direção à ampliação da participação, vive-se a diminuição do associativismo em clubes e outros formatos de agrupamentos “físicos” ou a redefinição de tais formatos, situação em que muitas vezes, o sujeito “participa” sem aparecer, ao fazer doações para alguma entidade beneficente ou ambiental, por exemplo.

Portabilidade, ubiquidade, conexões sem fio, capacidade computacional, nanotecnologia e convergência caracterizam esse ambiente sem barreiras espaciotemporais, calcado em uma dinâmica de distribuição de informação. Ao mesmo tempo que a tecnologia é causa de tal fenômeno, a sofisticação tecnológica crescente é efeito das demandas e expectativas sociais, culturais e políticas da sociedade deste século, da avidez pela informação que a caracteriza e das necessidades de disseminação rápida e multidirecionada, sem falar nas questões mercadológicas.

O ambiente digital comporta, então, pluralidades: de pessoas, ideias, interações e vozes. Em que pese a descentralização da informação e do tráfego de conteúdos, o viés social do homem o leva a compartilhar e o caráter simbólico a disputar sentido.

Uma em cada sete pessoas no planeta frequenta as redes sociais da internet. São mais de um bilhão de pessoas que se encontram no *Facebook* e no *Twitter*. A postura contemporânea de estar visível permanentemente revela a adoção da cultura da exibição, na vida pessoal e profissional, e coaduna-se com o protagonismo referido. Enquanto no século passado os diários pessoais era secretos e escondidos, hoje, relatos íntimos circulam na web, eliminando fronteiras entre o público e o privado.

O paradigma multidirecional adotado pela comunicação digital alarga o poder do outrora chamado de receptor, ao oportunizar-lhe a autoria e a disseminação de seus próprios conteúdos no âmbito digital e a intervenção em conteúdos de terceiros, resignificando-os e com eles disputando sentidos. Organizam-se espaços virtuais de atuação e representação, os quais comportam agentes dotados de capacidade orga-

nizativa, comunicativa e de ação e intervenção, com alternativa de estruturarem-se como fóruns de discussão distintos, que coabitam e mostram a sociedade mais tolerante à diversidade de pessoas, opiniões e vozes.

Na contemporaneidade, os fóruns de discussão e de representação criados dentro e fora do ambiente digital tornam-se capazes de elaborar agendas específicas, desenvolver canais de comunicação próprios e corroborar o debate de temas de interesse de grupos e da sociedade. Renovam os espaços participativos e diferenciam a sociedade atual, revelando-se, dessa maneira, construtores da contemporaneidade.

O cenário demonstrado altera os padrões comportamentais e os relacionamentos. Vive-se em um emaranhado de redes, que formam arenas de interação, com um processo de significação influenciado pelas referências dos contextos, intencionalidades e disputas por parcelas de poder. São lugares especializados de interlocução social, discursividade e negociação, que se organizam na sociedade civil – e, ao mesmo tempo, organizam-na, em uma multiplicidade de vozes.

Os conceitos fundantes da sociedade contemporânea geram novas formas de sociabilidade, mais vigilantes e com poder de interatividade ampliado. Tendo-se em conta que as organizações são constituintes da sociedade, têm função mediadora e estruturam a malha social, estão sujeitas a todas as mudanças e incorporações sociais. Logo, o comportamento comunicacional da sociedade projeta-se na comunicação da organização, desvelando esta, antes de tudo, como um fenômeno social. Muda, assim, o olhar sobre os públicos das organizações.

Dessa forma, “[...] temos que considerar as tipologias dos públicos dentro da dinâmica da história, levando em conta as forças sociais do macro-ambiente e os comportamentos dos grupos de interesses que podem vir a formar um novo público[...]”, aponta Kunsch (2007:44-45).

Os novos públicos, como as demandas sociais observadas, apresentam-se como causas e efeitos dos contexto social e tecnológico contemporâneos, à medida que reformatam as relações políticas e institucionais, os modos de agir e interagir e o exercício da cidadania, revestidas de poder simbólico acumulado, ao qual públicos e organizações recorrem para fazer prevalecer sentidos e legitimar as relações e as ações.

Em um ambiente de variadas matérias e meios para discuti-las, e em decorrência dele, o ciberespaço, com suas comunidades e redes digitais, é fator importante no incremento dos relacionamentos, tendo-se em vista que apresentam-se como alternativas para alcançar objetivos, através de estratégias que envolvem relacionamentos virtuais e podem resultar também em encontros territorializados, ambos com potencialidades para ampliar a capacidade de ação e de co-operação.

Organizações de áreas de atuação diversas têm recorrido à tecnologia para criar um canal de comunicação com os clientes, por meio de um serviço de atendimento especializado, conhecer opiniões e aprimorar seus produtos ou serviços ou monitorar os fluxos na internet. Nesse contexto, nota-se que a visibilidade e a exposição mobilizadas pelas mídias sociais permitem o conhecimento de gostos e expectativas, além de opiniões e experiências de determinados públicos, tornando-se uma ferramenta

útil para o planejamento comunicacional. Em contrapartida, as mesmas mídias podem tornar-se território de manifestações contrárias à empresa, seus projetos e propósitos.

Os públicos em relacionamento com uma organização interagem, simultaneamente, com outros grupos, em situações diversas, formando redes de redes, graças à eliminação dos intermediários. Cada relacionamento tem potencial para gerar outro, em um processo de significação e ressignificação progressivo, em especial, na ambiência tecnológica digital. Hoje, indivíduos e organizações recorrem às suas redes de relacionamentos como trunfo que proporciona visibilidade e prestígio.

Em uma era contemporânea fértil para os relacionamentos, estes são capitalizados como ativos simbólicos, que somados a ativos naturais e financeiros, por exemplo, contribuem para o desenvolvimento econômico organizacional.

As inúmeras formas de comunicação e de informação que sustentam a contemporaneidade permitem a compreensão de um mundo que vai além das experiências pessoais e o transformam em um campo de muitas vozes, em uma arena de matérias convergentes e divergentes. Da maior disponibilização, distribuição e discussão de conteúdos plurais florescem novos valores sociais e mudanças culturais e políticas, sem mediadores nem controladores, transformando a dinâmica relacional.

Os atos de se comunicar e se relacionar nas atividades cotidianas decorrem do caráter simbólico humano e compõem o processo de dar sentido ao mundo, através do qual o homem torna significativo tudo que o rodeia e a si próprio, lembra Esteves (1993). O autor evidencia, ainda, que isso significa

que é o homem a primeira fonte de sentido; este nasce de uma relação, mas o ato de doação é sempre do homem para o mundo e não deste para o homem.

Sentido, ressaltam Spink e Medrado,

[...] é uma construção social, um empreendimento coletivo, mais precisamente interativo, por meio do qual as pessoas – na dinâmica das relações sociais historicamente datadas e culturalmente localizadas – constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos a sua volta[...] (Spink; Medrado, 2004:41).

A elaboração do sentido nas interações cotidianas dos homens e das instituições apoia-se em sentimentos, lembranças, contradições, conflitos, conhecimentos, histórias de vida e percepções individuais dos interlocutores do processo comunicativo. Tais interações são atravessadas por discursos elaborados por uma multiplicidade de vozes que expressam ideias e conceitos originados em domínios diversos (religião, arte, filosofia, ciência), em grupos próximos (família, escola, comunidade, meio profissional etc) e nos media em geral (Spink; Menegon, 2004). O sujeito tem um caráter remissivo - em cada situação comunicativa e de acordo com o contexto, aciona acervos construídos, renovando-os.

O discurso, para Fairclough (2008), consiste em um modo de ação das pessoas sobre o mundo e, especialmente, sobre os outros, e, ainda, um modo de representação. Implica uma relação dialética entre a prática social (o discurso) e a estrutura social, sendo

esta tanto uma condição como um efeito da primeira.

Por um lado, explica o teórico, o discurso é moldado e restringido pela estrutura social, classe, outras relações sociais, relações específicas em instituições particulares, como o direito e a educação, sistemas de classificação, normas e convenções. O domínio social particular e o quadro institucional em que são gerados os discursos nestes promovem variações. Por outro lado, o discurso é socialmente constitutivo, é uma prática que constroi o mundo em significados, não sendo apenas modo de representação do mundo: tanto reproduz a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença), como pode transformá-la.

Em síntese, as componentes discursivas e não-discursivas da sociedade inserem-se em um contexto histórico e cultural que produz efeitos no homem e o guiam na significação do mundo, de forma a possibilitá-lo compreender e lidar com tudo a sua volta. Dialeticamente, a prática social discursiva do homem afeta os contextos que a geraram, constituindo-os, reproduzindo-os ou modificando-os.

São os pressupostos teóricos de Fairclough, com ênfase na questão da dialética própria do processo de produção e consumo do discurso, que orientam o entendimento dos relacionamentos institucionais como fenômenos discursivos. Neles, as organizações e os públicos são produtores e consumidores do discurso presente nas interações organizacionais. Tais relacionamentos, no âmbito específico da organização, acompanham a dinâmica comentada acima – constituem a estrutura e o contexto organizacionais e deles sofrem efeitos, repro-

duzindo os princípios, os valores e as políticas daquela, podendo, ainda, modificá-la.

Nesse processo, tais membros recorrem aos recursos construídos na prática social e nos múltiplos contextos em que atuam – dentro e fora da organização – para significá-la, representá-la e nela se relacionar. Os contextos concorrem para a construção de modos próprios de apropriação da realidade.

Tal dinâmica revela diversidade de percepções e torna visíveis as mediações. Estas são um complexo conjunto de fatores que se constituem nas esferas cotidianas de convivência dos sujeitos – família, vizinhos, colegas de trabalho ou de escola, organizações das quais participam ou dependem, redes digitais de relacionamentos – e expressam os contextos onde são construídos, compartilhados e renovados os sentidos. São projeções do sujeito, suas vivências, história e entorno. Interferem, dessa forma, nas relações das pessoas e dos grupos e nos sentidos que estes elaboram.

A significação, dessa forma, vai depender de todos os contextos com os quais os sujeitos interagem. A contextualização é condição da produção de discursos e de sentidos (Fairclough, 2008) e a habilidade de contextualizar gera a compreensão (Araújo, 2002).

A cenarização aqui arquitetada contribui para a compreensão macro do *locus* onde se efetivam os relacionamentos institucionais contemporâneos e para reconhecer como a ele estão associados os princípios orientadores da prática atual das Relações Públicas – diálogo, oportunidades de participação, negociação e administração de conflitos no gerenciamento daqueles. A partir de tal entendimento, apresenta-se, a seguir, uma concepção de relacionamentos institucionais

construída à luz do imbricamento da interação organização-públicos com o tecido social e do reconhecimento que as mediações a estruturam em seu processo significativo.

2 Os relacionamentos institucionais sob novo olhar: reflexo das relações no tecido social contemporâneo

É na realidade cenarizada que localiza-se o binômio componente dos relacionamentos institucionais e a própria dinâmica entre eles. Organizações e públicos dela emergem, nela interagem a partir de demandas próprias, subsistem, desaparecem, transformam-se e a transformam, em um movimento dialético. São, antes de tudo, agentes sociais intervenientes.

Ao mesmo tempo, é possível que os públicos de uma organização sejam componentes das arenas representativas configuradas no quadro desenhado, no exercício dos diversos papéis que a contemporaneidade impõe aos atores sociais.

Há, ainda, a perspectiva daquelas arenas constituírem-se em públicos de uma organização, à medida que com ela dividem questões comuns e, assim, convertem-se em voz coletiva com influência sobre as políticas e decisões organizacionais.

A demarcação de novos formatos sociais, a exemplo do que se abordou acima, repercute no terreno organizacional, que responde às mudanças do ambiente. Há repercussões, portanto, na natureza dos públicos de uma organização, que revestem-se de aspectos políticos em consonância com o lugar onde atuam socialmente e relacionam-se. Os grupos de interesse e os relacionamentos em

Relações Públicas passam a orientar-se pela ampliação da ação, interação dos sujeitos, negociações e exercício de direitos.

Nesse sentido, a função política das Relações Públicas, “[...] é exercida pela filosofia, pelas normas, pelas ações organizacionais que visam legitimar o poder decisório da organização junto aos vários públicos, no trato dos interesses comuns e específicos a fim de melhor trocar com eles os mesmos interesses” (Simões,1995:107-108).

As Relações Públicas, em sua dimensão política, embasa-se na criação de oportunidades de relacionamentos e no diálogo, face a posições divergentes e à iminência do conflito. É uma atividade que contribui para colocar organização e públicos em condições de convivência produtiva e vincula-se aos objetivos políticos da organização (Simões,1995).

O espanhol Xifra Triadú (2005) defende o *issues management* (o gerenciamento de temas potencialmente conflitivos ou de conflitos potenciais) como estratégia de Relações Públicas, para prevenir e adaptar as organizações ao temas políticos e públicos que podem afetar o seu desenvolvimento. São temas que resultam de discussão pública, com potencial de produzir impactos organizacionais positivos ou negativos, o que se soma ao raciocínio aqui empreendido. Para ele, é preciso identificar os públicos afetados e suas possíveis reações e influência no assunto e nas atividades da organização e definir posicionamentos e ações. Um conflito se difunde pelas reações daqueles atores, que se comportam como protagonistas ou antagonistas ao tema.

Desse modo, Xifra Triadú considera aquela estratégia como modelo pró-ativo de

comunicação e com grande incidência na atuação das organizações e na criação e manutenção de seus relacionamentos e principal forma de comunicação utilizada pelas organizações em sua participação na formação de uma agenda pública. Para o autor,

O issues management evidencia a contribuição das relações públicas à dinâmica democrática baseada no diálogo como melhor maneira de resolver os conflitos, isto é, de defender os próprios interesses, influenciar nos dos outros, porém sempre sob a bandeira da colaboração. Constitui uma ferramenta fundamental de participação da sociedade civil e dos interesses privados na elaboração de uma política governamental² (Xifra Triadú, 2005: 42).

Os profissionais de Relações Públicas desempenham, segundo o teórico, importante papel na gestão de um tema potencialmente conflitivo e convertem as organizações em ator ativo no processo de tomada de decisões públicas, que tem como objetivo influenciar o seu entorno. Nota-se em tal posicionamento uma ênfase no perfil e na possibilidade de contribuição desse campo da comunicação na constituição de uma sociedade mais democrática, dentro da visão contemporânea aqui contemplada.

Após observarem-se a reformatação do panorama social e as articulações entre as relações que nele ocorrem e aquelas de ordem organizacional, conclui-se que os relacionamentos construídos entre uma organização e seus públicos, do ponto de vista

aqui considerado, comungam da mesma lógica que aqueles efetivados na dimensão da sociedade: são processos de ação e representação, dotados de intencionalidades, nos quais busca-se o entendimento através do diálogo e da negociação de interesses e luta-se por prevalência de sentidos. Efetivam-se em um contexto onde estão em jogo interesses e recursos, bem como habilidades para convertê-los em poder simbólico: riqueza, informação, conhecimento, prestígio, legitimidade, autoridade.

A partir dessa constatação, justifica-se o esforço empreendido para atualizar o conceito de relacionamentos institucionais, cujos constructos teóricos resultam de estudos pertinentes à tese em elaboração citada na introdução deste artigo, numa visão multidisciplinar. Na síntese abaixo, esclarecem-se os termos de uma maneira geral, a fim de facilitar a compreensão da concepção elaborada:

- lugar discursivo – referência desterritorializada, virtual, constituída pela ação do homem e pela disputa de sentidos, mas, ao mesmo tempo, real, já que compõe parte de um verdadeiro processo de trocas, escolhas, hibridizações e adoções de sentidos, que resulta em um discurso.
- discurso – um modo de ação das pessoas sobre o mundo e, especialmente, sobre os outros, e, ainda, um modo de representação e construção de significados, que atravessam as trocas simbólicas (relações); nele enquadram-se intencionalidades e negociação (Fairclough, 2008; Hall, 2003), circunscritas pelas mediações;
- mediações – um conjunto de multir-

²Tradução livre da autora.

referências históricas, culturais e sociais do sujeito, componente dos contextos onde este transita, que promove as diferenças ou semelhanças dos significados de uma pessoa para outra; tornam-se fatores condicionantes do estar no mundo e dos modos de compreensão da realidade no processo relacional (Araújo, 2002; Flusser, 1983; Hall, 2003; Fairclough, 2008);

- contextos – espaços de relações, nos quais se formam modos próprios de apropriação da realidade, a partir de materiais simbólicos elaborados e reelaborados pelos sujeitos ao longo de sua existência, e onde ocorre a produção, circulação e recepção dos sentidos.
- Comunicação Organizacional – processo de interação estabelecido pelos fluxos informacionais e relacionais de uma organização com seus públicos, materializados em práticas discursivas escritas, verbais ou audiovisuais (Kunsch, 2003; Oliveira; Paula, 2005);
- fronteiras – linhas limítrofes plásticas, com funções diversas, que encerram a ideia de movimentos como separar, unir ou criar zonas de contato entre as partes, sem necessariamente eliminar as autonomias (Marchueta, 2002; Martins, 2008; Ribeiro, 2001).
- redes distribuídas – conjunto de nós autônomos, porém, interligados com todos os outros nós da rede (Castells, 1999; Ugarte, 2008).

Defende-se, então, o relacionamento institucional como o *lugar discursivo (presencial*

ou virtual), mediado e interpelado por recursos socioculturais (as mediações) que significam o processo de interação entre uma organização e seus públicos e por esse processo são (re)significados; tais recursos de significação promovem movimentos e plasticidade nas fronteiras do lugar discursivo e determinam o tipo (perene ou temporário), a função (aproximação, distanciamento, confronto) e a qualidade do vínculo desejado ou estabelecido; a mobilidade das fronteiras traz em si o potencial de formação de redes de relacionamentos, nas quais cada relacionamento é um nó que se conecta a outros nós, em uma dinâmica infinita.

Considerações finais

Presenciais ou virtuais, os relacionamentos institucionais desenrolam-se no contexto do pensamento em rede, da multiplicação de vozes e de renovados valores sociais e organizacionais. São desdobramentos das interações sociais no macro ambiente. Seja no âmbito da sociedade ou da organização, o que está em questão nas interações contemporâneas são demandas de grupos legítimos – esferas plurais e públicos, que têm a situação de interação como gênese e as redes de relacionamentos como desdobramento.

O relacionamento entre uma organização e atores com matérias diferentes indica a predisposição para o reconhecimento da diversidade e para construir espaços de diálogo em busca de um entendimento que garanta legitimidade. Em um campo de embate pela preponderância de opiniões e sentidos, tornam-se inevitáveis e crescentes o convívio e a construção de relacionamentos entre desiguais e a abertura para o diálogo entre ins-

tâncias, por vezes, opostas, potencializada pela ambiência digital.

Os relacionamentos requerem a observação dos lugares e das condições em que foram edificados – e que condicionam a interação – em busca da compreensão do processo relacional. Por tratar-se de um processo comunicativo, contextos, mediações e significação compõem, portanto, a esfera de todo relacionamento.

Entende-se, assim, que o conceito de relacionamentos institucionais deve ser revisitado sob o prisma do que se discute neste artigo, em consonância com os movimentos da sociedade. Nesta, as Relações Públicas podem contribuir, do ponto de vista político, para a constituição de novos sujeitos sociais no processo de formulação, implementação e avaliação de políticas públicas, com reflexos na organização e em seus públicos.

O espaço deste artigo impede uma ampla teorização dos pressupostos que compõem a concepção de relacionamento institucional apresentada, tendo-se tentado, por meio da síntese dos termos, suprir tal lacuna e facilitar o entendimento da base teórica daquela.

Bibliografia

- ARAÚJO, I. S. de (2002), *Mercado simbólico: interlocução, luta, poder. Um modelo de comunicação para políticas públicas*, Tese de doutorado em Comunicação e Cultura. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 452 p.
- CASTELLS, M. (1999), *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*, São Paulo: Paz e Terra.
- ESTEVES, J.P. (1993), Poder, código e comunicação, *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º.s 17/18, Lisboa: Ed. Cosmos.
- ESTEVES, J. P. (2007), Os novos media na perspectiva da democracia deliberativa: sobre redes e tecnologias de informação e comunicação, in E. B. Pires (org.), *Espaços públicos, poder e comunicação*, Porto: Edições Afrontamento, p.209-224.
- FAIRCLOUGH, N. (2008), *Discurso e mudança social*, Brasília: Editora da UnB.
- FLUSSER, V. (1983), Nosso Relacionamento, in V. Flusser, *Pós-História: vinte instantâneos e um modo de usar*, São Paulo: Livraria Duas Cidades, p.153-160.
- FREITAS, E. de (2000), Contexto social e imaginário organizacional moderno, *Revista de Administração de Empresas*, v. 40, n. 2, São Paulo, disponível em: <http://www16.fgv.br/rae/artigos/68.pdf> [consultado a 3 de maio de 2010].
- GOMES, W. (1998), Esfera pública política e media: Com Habermas, contra Habermas, in A. A. C. Rubim; I. M. G. Bentz; M. J. Pinto(orgs.), *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*, Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, p.155-186.
- HALL, S. (2003), *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*, Belo Horizonte:UFMG.
- KUNSCH, M. M. K. (2003), *Planejamento de relações públicas na comunicação*

- integrada*, 4 ed. rev. atual. e ampl, São Paulo: Summus.
- _____. (2007), Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades (pp. 38-51), *in Signo y Pensamiento*, julio – diciembre 2007, disponível em: http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/components/com_booklibrary/ebooks/5104.pdf [consultado a 9 março de 2011].
- LINHARES, R. N. (2006), Internet e ação comunicativa como elemento do espaço público sob uma perspectiva habermasiana: crise e transição, *in* M. W. de Sousa (org.), *Recepção midiática e espaço público: novos olhares*, São Paulo: Paulinas, p. 157-178.
- MARCHUETA, M. R. (2002), *O conceito de fronteira na época da mundialização*, Lisboa: Instituto de Defesa Nacional.
- MARTINS, R. C. (2008), *O método da fronteira*, Coimbra: Almedina.
- OLIVEIRA, I. de L., Paula, C. F. C. de (2005), Comunicação organizacional e relações públicas: caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem?, *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*, São Bernardo do Campo: UMESP, ano 3, n. 6, dez.
- RIBEIRO, A. S.(2001), A retórica dos limites. Notas sobre o conceito de fronteiras, *in* B. de S. Santos (org.), *Globalização: fatalidade ou utopia?*, Porto: Edições Afrontamento.
- SILVEIRINHA, M. J. (2004), *Identidades, Media e Política. O Espaço Comunicacional das Democracias Liberais*, Lisboa: Livros Horizonte.
- _____. (2009), *Novos Media, Velhas Questões*, disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/silveirinha-maria-joao-novos-media-velhas-questoes.html>[consultado a 11 maio de 2009].
- SIMÕES, R. P. (1995), *Relações públicas: função política*, 3 ed. rev. e ampl.,São Paulo: Summus.
- SPINK, M.J.; MEDRADO, B.(2004), Produção de sentidos no cotidiano: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas, *in* Spink, M.J (org.), *Práticas discursivas e produção de sentido no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. São Paulo: Cortez.
- SPINK, M.J.; MENEGON, V.M. (2004), Práticas discursivas como estratégias de governamentalidade: a linguagem dos riscos em documentos de domínio público (pp. 258-311), *in* Iñiguez, L. (org.), *Manual de análise discurso em ciências sociais*, Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, p. 258-311.
- UGARTE, D. de (2008), *O poder das redes*. Tradução de Glenda Ávila e de Oriana Jara, disponível em: <http://www.slideshare.net/idegasperi/o-poder-das-redes> [consultado a 1 julho de 2010].
- WOLTON, D.(1999), *Pensar a Comunicação*, Lisboa: Difel.

XIFRA TRIADÚ, J. (2005), El issues management como estrategia de Relaciones Públicas, *Organicom*, São Paulo, Universidade de São Paulo, ano 2, nº 2, 1º semestre de 2005, p. 30-42.