

# A COMUNICAÇÃO DIALÓGICA E AS RELAÇÕES PÚBLICAS<sup>82</sup>

*Priscilla COSTA<sup>83</sup>*

**RESUMO:** O trabalho desenvolve as contribuições do modelo de comunicação dialógica, idealizado pelo educador brasileiro Paulo Freire, para o campo da comunicação, as Relações Públicas(RP). Aproxima-se a teoria da comunicação das práticas das atividades de RP em processos de comunicação contemporâneos, como o cenário comunitário e o governamental. Reflete-se sobre as contribuições para as interferências no processo de comunicação gerenciado pelas RP, organização e públicos, a partir da perspectiva do diálogo. Por fim, indica-se algumas observações, a luz do modelo de comunicação dialógica, para a pesquisa, o planejamento, a produção e a gestão da comunicação pelo campo das RP.

**PALAVRAS-CHAVES:** comunicação dialógica; Paulo Freire; diálogo; Relações Públicas; comunicação popular/alternativa.

**ABSTRACT:** The paper develops the contributions of dialogic communication model, designed by Brazilian educator Paulo Freire, to the field of communication, Public Relations(PR). Approaches the theory of communication practices of PR activities in contemporary communication processes, such as community setting and the government. Reflects on the contributions to the interference in the communication process managed by PR, organization and public, from the dialogue perspective. Finally, we indicate some observations, the light of the dialogic communication model for research, planning, production and management of communication the field of PR.

**KEYWORDS:** dialogic communication; Paulo Freire; dialogue; Public Relations; popular communication/alternative.

---

<sup>82</sup> Texto desmembrado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

<sup>83</sup> Relações Públicas e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Assessora de Comunicação do TJMA, e-mail: [piticacosta@hotmail.com](mailto:piticacosta@hotmail.com)

## 1 INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado do último capítulo do trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado ao Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) que discutiu a proximidade e utilização das teorias da comunicação com as práticas do subcampo das Relações Públicas.

O interesse pelo estudo das teorias da comunicação e sua associação com as Relações Públicas surgiu durante o 2º período do Curso de Comunicação Social/Relações Públicas em um seminário proposto como atividade. Nesse seminário, conhecemos, dentre as mais variadas teorias e correntes da comunicação, um modelo teórico, no caso, o Modelo de Comunicação Dialógica Latino-Americano. Idealizado pelo pedagogo Paulo Freire, o Modelo de Comunicação Dialógica, não veio especificamente explorar a questão da comunicação de massa, mas problematizar a comunicação humana (diálogo) no processo de transformação social na América Latina.

De outro lado, estavam as Relações Públicas, visando o gerenciamento da comunicação entre organização e seus públicos, e que, por sua vez, utilizam a comunicação para alcançar esse fim. A partir daí, durante todo o Curso de Comunicação Social/Relações Públicas, surgiu uma inquietação sobre a questão de como as Relações Públicas poderiam se aproximar das teorias da comunicação, especificamente do Modelo de Comunicação Dialógica. As Relações Públicas pareciam estar distantes das teorias comunicativas, e mais distantes ainda as suas práticas de teorias que contemplavam o diálogo, ou seja, a comunicação para além do processo mecânico.

Vários questionamentos surgiram: É possível que o Modelo de Comunicação Dialógica contribua com o desenvolvimento de um processo de comunicação planejado, executado e avaliado pelo profissional de Relações Públicas? Como esse modelo poderia contribuir? A que processo de comunicação contemporâneo poderia servir? O que precisa ser repensado em Relações Públicas? Quais as contribuições reais?

Dessa forma, a investigação do TCC tinha por objetivo apontar as contribuições do Modelo de Comunicação Dialógica Latino-americano, sob o olhar de Paulo Freire, para tornar consistente a área de Relações Públicas em processos de comunicação contemporâneos bem específicos, alvo de pouco olhares no campo da comunicação social. E dessa forma, a intenção, também, foi dar contribuição à área de Relações Públicas e aos novos pesquisadores, abrindo caminhos e novos olhares para a

problematização sobre a investigação, o planejamento, a produção e a gestão da comunicação participativa.

Para tanto, nos apoiamos em pesquisa bibliográfica e documental, constituídas basicamente de livros e artigos científicos, tentando responder as questões propostas. Neste artigo, contemplamos a fase final de um percurso que apresentou as idéias de Paulo Freire sobre a relação comunicação, realidade social e política e cultura na América Latina tendo como resultado o Modelo de Comunicação Dialógica. Depois de análises e comparações do Modelo de Comunicação Dialógica com as diversas teorias, abordagens e modelos de comunicação que valorizaram o processo de recepção, apresentamos o resultado da reflexão com as contribuições, percebidas pelo olhar do investigador, ao subcampo de Relações Públicas, que é caracterizado pela ocupação da integração entre os públicos de uma organização e vice-versa através da comunicação.

Dessa maneira, nosso objetivo será mostrar como o Modelo de Comunicação Dialógica de Paulo Freire pode contribuir para tornar consistente a área de Relações Públicas em processos de comunicação contemporâneos bem específicos, tais como:

- a) o de comunicação comunitária – objeto de trabalho de Relações Públicas Comunitárias e de Relações Públicas para o Terceiro Setor;
- b) o de comunicação governamental – especificamente, quando o Governo tenta estabelecer um “diálogo” com a sociedade, com o objetivo de discutir um problema a ser resolvido por Políticas Públicas; e quando, ao implementar essa Política Pública, o Governo preocupa-se em educar a sociedade e difundir os conceitos de uma determinada Política Pública, para poder implantá-la. Este processo de comunicação é objeto de trabalho de Relações Públicas Governamentais.

Nos dois processos, as Relações Públicas tem como objeto macro (amplo) a comunicação humana e social e, como objeto específico, o detalhamento desse processo que vai desde a investigação sobre ele até sua gestão. Então, as Relações Públicas têm, também, neste caso, como objeto: a pesquisa, o planejamento, a produção e a gestão da comunicação dialógica.

## 2 EM BUSCA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS JUNTO À COMUNICAÇÃO DIALÓGICA

As Relações Públicas como subcampo da área de Comunicação Social, historicamente surgem como uma alternativa capitalista de superação de crise no meio empresarial/industrial. E sua prática, majoritariamente, no Brasil encontra-se no setor empresarial, apesar do crescimento constante nos setores governamentais e não-governamentais. Isso é percebido, principalmente, no ensino e na pesquisa de Relações Públicas, nos cursos superiores brasileiros, onde há uma predominância de disciplinas e conteúdos voltados ao setor empresarial/industrial.

Com o predomínio de conhecimentos voltados para o segundo setor (empresas), é observável uma prática de Relações Públicas à luz dos paradigmas informacional<sup>84</sup> e funcionalista-pragmático<sup>85</sup>, que enfatiza a relação entre o processo de comunicação e a eficiência da organização (empresa/indústria), onde: a organização é um sistema e a comunicação é um processo orgânico; a organização é uma “máquina” (visão mecanicista) e a comunicação uma “engrenagem” (processo mecânico). Essa visão tradicional entende a comunicação como atividade que pode ser medida, padronizada e classificada. Essa orientação tradicional persiste no ensino de Relações Públicas, apesar de um discurso “inovador” de comunicação simétrica (de mão dupla com efeitos

---

<sup>84</sup> O **paradigma informacional** é identificado tanto na prática do jornalismo como na prática de Relações Públicas quando há um olhar excessivo para o produto de comunicação que provocasse determinado efeito no receptor, como é o caso dos releases. Esse paradigma é representado pelo clássico modelo de Lasswell: quem?, diz o que?, através de que canal?, a quem?, com que efeito?. A idéia é “que a comunicação era um processo com começo e fim, composto por: um emissor (ao qual cabia a iniciativa); uma mensagem, formada por códigos verbais ou não; um canal, que cumpria a mera função de transmissor; um receptor, a quem cabia a decifração da mensagem”(ARAÚJO, 2000, p. 50). Neste paradigma, “comunicar-se bem era, então, articular os códigos da língua da forma mais adequada possível ao receptor, escolher um canal que permitisse a minimização de ruídos e levar em consideração o ‘feedback’ na realimentação do processo. Tudo muito simples, tudo muito orgânico, tudo funcionando mecânica e perfeitamente dentro da lógica causal e uma visão instrumental da comunicação”(ARAÚJO, 2000, p. 50).

<sup>85</sup> O **paradigma funcionalismo-pragmático** tem como solo o positivismo, onde “o rigor científico exclui, por improcedentes, explicações de natureza metafísica ou teológicas”. (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.86) e o pragmatismo, onde “a função do pensamento é a de produzir hábitos de ação” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.86); tem por método a investigação empírica, onde há a “consideração da relevância da experiência espontânea”; seu objeto de estudo e trabalho dizem respeito às “incontestáveis trocas sociais que têm lugar nas sociedades organizadas” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.86.). A ênfase excessiva nesse paradigma implica em priorizar as características do emissor e de suas intenções ao comunicar. Implica, também, entender o processo de comunicação onde “os meios de comunicação dispersavam mensagens cujos teores, forma geral e simbologia era preciso conhecer, até porque tais ‘meios’ poderiam ser funcionalmente utilizados para a correção de ‘disfunções’ sociais. Além disso, com o sucesso da psicologia behaviorista e a tradição do pragmatismo filosófico, haviam recobrado ânimo as idéias de que o ser humano pode ser ‘condicionado’ pelo uso recorrente de estímulos, como imagens fortes, opiniões enfaticamente expressas, narrativas míticas, anedotas bem contadas, etc. Para tanto, basta ‘codificá-las’ bem e ‘canalizá-las’ de maneira adequada. Os efeitos são previsíveis” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.87).

balanceados), onde o profissional de Relações Públicas “[...] além de utilizar a pesquisa, tem como ferramenta o diálogo para que as mudanças simbióticas possam ser geradas nas idéias, atitudes e comportamentos tanto para a organização como para seus públicos – é realmente a busca de equilíbrio de interesses de ambos – organização e públicos” (MARCHIORI, 2006, p. 163).

Para dar conta da idéia de comunicação simétrica, os estudiosos em Relações Públicas, teoricamente, buscam novos paradigmas, tentando romper com o modelo mecânico de comunicação.

Há um novo paradigma nesta área, a interação dialógica, que rompe o modelo mecânico da informação e adota a postura do diálogo como a melhor maneira de resolver conflitos, realizar acordos, enfim, buscar um consenso em relação a uma prática, compreendendo assim a comunicação para além da racionalidade técnica. (MARCHIORI, 2006, p. 25).

Apesar dessa tentativa, o subcampo das Relações Públicas vive o conflito entre teoria (sob o paradigma da interação dialógica) e prática (historicamente efetivada como processo mecânico de comunicação, que valoriza a emissão em detrimento da recepção), mesmo no cenário empresarial. O equívoco desse processo teoria-prática piora quando, ao mudar o cenário social – quando o contexto passa a ser uma comunidade, ou a área governamental, ou o terceiro setor, ao invés de empresas e indústrias – os profissionais de Relações Públicas tentam transferir um modelo de comunicação de um cenário a outro.

Cada cenário social é único, portanto a perspectiva transferencial, quase sempre adotada, torna-se uma espiral de equívocos e erros. Os universos onde ocorre o processo de comunicação comunitária, o processo de comunicação entre governo-sociedade, o processo de comunicação entre governo-organizações não-governamentais e o processo de comunicação entre organizações não-governamentais-sociedade são específicos e únicos. Eis um motivo para compreender que o paradigma de interação dialógica pensado a partir do cenário empresarial fique devendo aos outros cenários mais amplos e mais complexos.

Assim, a perspectiva dada às Relações Públicas pelo paradigma de interação dialógica (MARCHIORI, 2006) não pode ser confundida com a proposta deste trabalho. Senão vejamos as diferenças: **Primeiro**, o contexto onde as idéias são formuladas são diferentes – a de interação dialógica é formulada na esfera privada, o Modelo de

Comunicação Dialógica na esfera pública<sup>86</sup>; e **Segundo**, a idéia de interação dialógica gestada no campo empresarial concebe o trabalho de Relações Públicas como parte do processo de gestão de relacionamentos “que estimula a empresa a evoluir do ponto de vista de sua cultura organizacional” (MARCHIORI, 2006, p. 28), e a idéia do Modelo de Comunicação Dialógica concebe o trabalho de Relações Públicas como estimulador e gestor do processo de comunicação participativa, com o objetivo de transformação social e político dos sujeitos e dos cenários onde ela é praticada.

A linha problematizadora deste trabalho entende o Relações Públicas, antes de tudo, como comunicador social. E, como tal, seu primeiro compromisso é com o campo social. É por esta ótica que buscamos as contribuições das idéias de Paulo Freire.

### **3 CONTRIBUIÇÕES DO MODELO DE COMUNICAÇÃO DIALÓGICA DE PAULO FREIRE**

Considerando que o campo especializado de Relações Públicas tem como objetos de sua prática: **a pesquisa** do universo onde ocorre a comunicação e do próprio processo comunicativo, **o planejamento** do processo de comunicação, **a produção** comunicativa e **a gestão** do processo de comunicação (incluindo a avaliação), observaremos esses objetos em “novos” cenários – nas comunidades, na sociedade e nas relações onde ambas estão comprometidas. Assim, o Modelo de Comunicação Dialógica de Paulo Freire, que pensa o processo de comunicação a partir do campo social da educação, ajudará a encontrar respostas aos desafios contemporâneos do trabalho de Relações Públicas nesses outros cenários.

Enquanto função de educar, Paulo Freire preocupa-se com a comunicação em dois sentidos: 1) a comunicação interpessoal (homem-homem) como produtora do sujeito ativo que produz diálogo; e 2) a comunicação social como produtora de relação social e política. Para ele, o homem é sujeito ativo do processo de comunicação que produz relação social e política, graças à sua competência em dialogar. Dialogando, o homem produz linguagem, cultura e sentido social e político. A partir desse movimento, Paulo Freire pensa o *esquema circular de comunicação*, onde:

---

<sup>86</sup> Entede-se esfera pública a partir da “voz” da Profa. Luciana Jerônimo, que para ela significa “espaço social onde todo cidadão discute criticamente temáticas de interesse público e coletivo, e que neste espaço contribui para criar programas (sociais), bens e serviços públicos. Por vezes, é na esfera pública que o debate democrático ocorre; onde a opinião pública nasce; é nela que a opinião pública se desenvolve e é capaz de, direta ou indiretamente, influenciar o início do processo de formação de políticas (sociais, econômicas, culturais, etc) que beneficiem a todos.”

- a) o referente, o significante e o significado<sup>87</sup> são compartilhados entre as pessoas (sujeitos históricos);
- b) a comunicação relaciona-se com os elementos constitutivos do ato de conhecer; e
- c) o esquema circular possui um compromisso político com a transformação social dos desfavorecidos (oprimidos), libertando-os da situação de subjugados.

Para Paulo Freire, o Modelo de Comunicação Dialógica é uma perspectiva de prática coerente de apoio às lutas populares. Nesse contexto, o sentido de comunhão faz com que no processo de comunicação, os emissores – tão privilegiados em outros contextos – tenham um compromisso ideológico com os receptores, através do uso de um universo conceitual e vocabular compatível entre emissor-receptor.

Com essa característica, o Modelo de Comunicação Dialógica pode ser pensado para três processos: a) o da comunicação rural; b) o da comunicação popular; e c) o da comunicação alternativa.

Contudo, reafirma-se a seguir, que o Modelo de Comunicação Dialógica, apresentou uma dicotomia ente a teoria e a prática.

#### Enxergando as “distorções” na prática do Modelo de Comunicação Dialógica

Infelizmente o que foi pensado teoricamente, sofreu distorções na sua prática. E, tais distorções serão aqui apresentadas a partir do olhar da pesquisadora Inesita Araújo.

A noção humanista e dialógica de Paulo Freire foi utilizada no Brasil nos anos 70, pelas Comunidades Eclesiais de Base (Igreja) e, nos anos 80 e 90, pelas organizações não-governamentais (ONGs) como sendo “produto de um movimento social de reação a um Estado autoritário e objetivando, entre outras coisas, combater os efeitos perversos de uma modernização capitalista desumanizante e excludente” (ARAÚJO, 2000, p.69). Na prática, o Modelo Dialógico de Comunicação teve dificuldade em se libertar dos pressupostos da Teoria da Informação, o que, segundo Araújo (2000, p. 70) levava à seguinte contradição:

---

<sup>87</sup> Só para esclarecer, entede-se aqui: referente, como qualquer objeto representado por um signo, seja ele concreto ou abstrato; significante, como a representação do objeto, a palavra escrita, ou o som, ou o desenho, ou a fotografia, etc.; e o significado, o conceito, ou a idéia, ou a imagem mental formada a partir do encontro do signo com as leituras anteriores (experiências pessoais) do intérprete (sujeito).

[...] enquanto se propunha respeitar e partir do conhecimento do interlocutor, a eficácia do modelo residia na compatibilização (ideológica, experiencial e vocabular) entre os códigos de emissor e receptor, que garantisse uma compreensão adequada e livre de ruídos do que se queria comunicar. Tal contradição provocou o surgimento e uso intensivo de expressões como ‘levar conscientização’, ‘mostrar a realidade social’, ‘fazer refletir sobre’, ‘dar o direito de’, ‘permitir o acesso à informação’, ‘possibilitar a participação’, etc., com aparência muito dialógica, mas que reproduziam o esquema básico, unidirecional e autoritário (ou paternalista) do emissor – mensagem – receptor.

As instituições e organizações que pensam a *comunicação para a intervenção social* e que utilizam, discursivamente, a idéia de comunicação dialógica, entenderam o processo de comunicação, de forma tradicional, ou seja,

A um exame mais atento, porém, é possível identificar alguns elementos comuns a todos: um *emissor*, ao qual cabe a iniciativa, atento às características sociais e culturais do seu público e que tem a intenção de intervir na realidade social; um *receptor*, dono de um repertório cultural e lingüístico, ao qual assiste o direito (relativo) de participação no processo de comunicação e do qual se espera receptividade às propostas do emissor; uma *mensagem*, ajustada às possibilidades de decodificação do receptor e que também pode provir deste receptor, desde que conformada nos parâmetros do emissor; um *canal*, adequado às possibilidades institucionais e/ou às características culturais do receptor. (ARAÚJO, 2000, p. 71, grifo da autora).

Também foi possível identificar, a partir de algumas pesquisas, os conteúdos discursivos, presentes nas análises dos meios de comunicação na sociedade, feitas por essas organizações que dizem adotar o Modelo de Comunicação Dialógica:

[...] ouve-se um discurso sobre a indústria cultural – fragmento mais conhecido da Teoria Crítica – justificado pela noção de que cada indivíduo é diretamente afetado pelas mensagens da mídia, mostrando-se indefeso diante delas: se estiver ao alcance da mensagem, será atingido. A análise é concluída, quase sempre, por uma apologia da democratização dos meios massivos de comunicação, entendida apenas como o acesso ao controle dos canais de rádio e TV, com o objetivo de interferir no sistema de informação e veicular mensagens comprometidas com o ‘interesse popular’. (ARAÚJO, 2000, p. 71).

A orientação teórica do Modelo de Comunicação Dialógica não foi traduzida nas práticas e na produção de materiais de comunicação nessas organizações. Segundo Araújo (2000, p. 71), foram encontradas:

- 1) uma estratégia centrada na capacitação formal e informal: cursos, treinamentos, estágios, visitas e reuniões de vários tipos;

2) uma opção preferencial por meios de comunicação que possam atingir um maior número de pessoas.

Ambos, capacitação e meios de comunicação, veiculam conteúdos de natureza técnica (saúde, agricultura, etc.), organizativa e política (estas duas incluindo aspectos socioeconômicos).

A crítica sobre a estratégia de capacitação formal, por exemplo, se dá pela identificação da influência de teses condutivistas sobre comportamento humano (behaviorismo):

Numa escala progressiva de seleção dos mais aptos, os que respondem melhor e mais rápido aos estímulos fornecidos de formas várias são ‘premiados’ com viagens, aumento de prestígio junto às organizações, benefícios materiais e até mesmo possibilidades de ganhos financeiros. Em contrapartida, os que não respondem de forma esperada são deixados de lado aos poucos. (ARAÚJO, 2000, p.72).

Outro aspecto que faz parte dessa crítica é o fato dos materiais produzidos por organizações, que pretendiam utilizar a comunicação dialógica, freqüentemente reproduzirem as formas dominantes de discurso, como ilustra Araújo (2000, p. 72):

Quanto aos materiais, são cartilhas, jornais e outros impressos, programas de rádio e videocassetes – por meio de seu conteúdo tentam influenciar, formar opinião, moldar atitudes, obter adesões, sugerindo uma influência das teorias da persuasão ou, em outros termos, uma perspectiva da proposta institucional como um produto de consumo.

Entendemos que a impossibilidade prática do Modelo de Comunicação Dialógica está muito mais ligada às distorções causadas por instituições ou organizações que se pretendiam mediadoras do processo de intervenção social e de transformação da sociedade, do que pelo aspecto metodológico do Modelo.

Compreendemos, entretanto, que o Modelo precisa ser enriquecido e atualizado, a partir de negociações conceituais e metodológicas com outras teorias, abordagens e modelos que sigam a mesma direção pretendida por Paulo Freire. É o que tentamos nos momentos anteriores deste trabalho.

O resultado que inferimos de uma análise comparativa entre as teorias, abordagens e modelos de comunicação e o Modelo de Comunicação Dialógica que dialogam entre si e se complementam, e que contribuirá com o trabalho de Relações

Públicas nas comunidades, nas ONGs, no Governo e em organizações associativas, é a observação de três movimentos importantes: 1) o de rever alguns conceitos na prática da comunicação; 2) o de pensar novas perspectivas de investigação dentro do processo de comunicação; e 3) o de adotar novas possibilidades metodológicas para investigar a prática do Modelo de Comunicação Dialógica.

Diante disso, apresentam-se quatro aspectos a seguir, em relação às contribuições do Modelo de Comunicação Dialógica para as práticas de Relações Públicas na contemporaneidade.

### **Novos conceitos na prática da Comunicação Dialógica**

Com uma visão tão ampla do processo de comunicação, a tentativa de eliminar as distorções da prática do Modelo de Comunicação Dialógica necessita da substituição de certos conceitos:

- a) **o conceito de *interlocução no lugar do conceito de emissão-recepção*** – como o Modelo de Comunicação Dialógica pressupõe a circulação de conteúdo entre os sujeitos em relação de igualdade através do processo interativo e co-participado de criação; através do acordo entre sujeitos em torno dos signos, códigos e do vocabulário; e através do respeito às experiências pessoais dos sujeitos que participam da comunicação, o conceito de interlocução substitui a polarização emissão-recepção. Os interlocutores são os sujeitos do diálogo que estão em condições de igualdade na prática comunicativa;

- [3] **o conceito de *sujeitos interlocutores no lugar do conceito de públicos*** – o conceito de públicos estabelece uma orientação técnica e uma interpretação mecânica da comunicação; ajuda a estabelecer a unilateralidade na relação de poder no processo de comunicação, o que é natural. O conceito de sujeitos interlocutores estabelece a ruptura com tal orientação e interpretação, possibilita o mesmo poder para todos os sujeitos enunciantes, assim como quebra a lógica de verticalização da comunicação e o excesso de preocupação com a emissão. Os interlocutores são os que podem produzir sentido na construção do processo discursivo, a eles está garantida a

possibilidade de “poder dizer, o poder de mostrar, de poder fazer saber e de poder fazer crer” (apud PINTO, 2004, p.36);

[4] **o conceito de *recepção produtiva* no lugar do conceito de *emissão eficiente*** – a recepção produtiva é o processo onde há o sujeito ativo, reflexivo e histórico em toda sua dinâmica, onde o sujeito (receptor) tem condições de elaborar uma multiplicidade de leituras a partir de sua participação no seu contexto social; ele é capaz de negociar o sentido e de produzir uma transformação em si e em sua comunidade. Este conceito diz respeito, também, ao processo de recepção que considera os referenciais culturais do sujeito e os textos que o atravessam no momento de decodificação e de reelaboração da mensagem;

[5] **o conceito de *dinâmica dialógica da semiose* no lugar do conceito de *comunicação simétrica*** – dinâmica dialógica da semiose (produção de sentido) é o processo onde os sujeitos do diálogo produzem sentido simultaneamente e complementarmente para si, para o outro e para a sociedade. Diferentemente da comunicação simétrica, que tenta estabelecer o consenso em situações de disputa (conflito), a dinâmica dialógica da semiose apresenta as diferenças e trabalha uma disputa dialogada (argumentações e contra-argumentações), preservando a compreensão de todo o processo de comunicação e de construção social. Resgatando algumas idéias anteriores, essa dinâmica vai além do comportamento verbal dos sujeitos; tenta estimular a aprendizagem do sujeito no sentido de que ele perceba que seu discurso (enunciação), ou de outrem, é uma prática que forma sistematicamente objetos de que falam; faz conhecer “os mecanismos pelos quais se põem em jogo um determinado processo de significação”.

### **Novas perspectivas de investigação dentro do processo de Comunicação Dialógica**

O campo especializado de Relações Públicas tem, tradicionalmente, como objetos de estudo: a) a comunicação organizacional (barreiras, níveis, redes, fluxos e meios de comunicação); b) os públicos da organização; c) a cultura organizacional; d) a

comunicação institucional; e) a imagem corporativa da organização; d) a opinião pública; dentre outros. Tais objetos dizem respeito a uma investigação onde se privilegia a eficiência técnica da coleta de dados, fornecendo como resultado, na maioria das vezes, a melhor forma de interferir no processo de comunicação.

Esses são objetos investigados também por quem pretenda trabalhar, enquanto Relações Públicas, com comunicação para intervenção social. Mas, o cenário de onde se fala sofre alteração: a perspectiva tradicional diz respeito ao cenário empresarial, a perspectiva da comunicação para intervenção social diz respeito ao cenário é comunitário, popular ou governamental. Neste último, a comunicação precisa ser participativa e democrática, tendo o Modelo de Comunicação Dialógica como possibilidade de ação. Esse Modelo solicita novas perspectivas de investigação por parte do Relações Públicas. Neste caso, deve-se pensar em investigar:

- a) a recepção como produção e não como instrumento;
- b) o sujeito, com suas experiências pessoais, no momento de “ler” a comunidade onde está inserido;
- c) o discurso, a enunciação, a polifonia e o dialogismo como elementos do processo de comunicação participativa com todas as sua mediações;
- d) a negociação de signos, códigos e vocabulários no processo dialógico;
- e) a relação de poder existente entre os sujeitos quando estes constroem discursos, quando argumentam, ou quando são influenciados por discursos alheios;
- f) como alguns discursos ajudam a escamotear a manutenção de obstáculos para que a realidade se transforme; e
- g) as mediações do processo de recepção dos interlocutores que fazem frente à modernização neoliberal.

As novas perspectivas de investigação para as Relações Públicas fazem migrar a problemática da comunicação social do terreno técnico para o espaço dialético-crítico.

### **Novas possibilidades metodológicas para a pesquisa do Modelo de Comunicação Dialógica**

Observa-se, no estudo sobre as complementaridades entre o Modelo de Comunicação Dialógica e diversas teorias, abordagens e modelos (consultar trabalho

completo), duas possibilidades metodológicas de pesquisa para os profissionais de Relações Públicas que desejam trabalhar com o Modelo de Comunicação Dialógica: a) a etnometodologia; e b) o método de investigação das mediações no processo de recepção.

Estas possibilidades metodológicas não dizem respeito à operacionalização do Modelo de Comunicação Dialógica, mas sim à investigação do processo em si. Portanto, dirige-se ao pesquisador do modelo. As duas metodologias servem para diagnosticar o processo de comunicação participativa em comunidades, na relação entre qualquer organização e comunidades que elaborem projetos de transformação social e na relação entre Governo e sociedade (grupos sociais) em consultas públicas ou processo educacional sobre alguma política pública.

### **Algumas observações para o trabalho de Relações Públicas**

Ao trabalhar com o Modelo de Comunicação Dialógica, o profissional de Relações Públicas precisa atento a alguns fatores:

**a) aos sujeitos interlocutores:**

- como são interlocutores, o emissor é o sujeito que inicia ou reinicia o processo de comunicação;
- o sujeito que estiver na condição de emissor não pode “calar” e renegar as experiências do sujeito que estiver na condição de receptor;
- o sujeito que estiver na condição de emissor não pode tolher a fala do sujeito que estiver na condição de receptor;
- os sujeitos não podem negar a intercomunicação;
- o sujeito que estiver na condição de emissor não pode negar a capacidade crítica do sujeito que estiver na condição de receptor; e
- o sujeito que estiver na condição de emissor precisa se aproximar dos códigos reconhecidos pelo sujeito que estiver na condição de receptor.

**b) à apresentação de novas idéias dos interlocutores ou à apresentação de idéias alheias aos interlocutores:**

- o Relações Públicas precisa ter domínio da combinação de signos presentes na realidade social dos interlocutores para poder orientá-los no

processo de comunicação e para poder intervir nesse processo quando for necessário;

- o Relações Públicas deve refletir cotidianamente sobre o poder de transformação dos signos sobre a realidade existente nas comunidades ou grupos sociais; e
- o Relações Públicas deve promover, aos sujeitos, o reconhecimento dos signos próprios de sua cultura e de signos alheios à sua cultura.

**c) à produção de qualquer material de comunicação:**

- o Relações Públicas deve aproveitar a construção de qualquer material de comunicação para dar acesso, aos sujeitos (de comunidades), ao campo simbólico;
- o Relações Públicas deve incentivar a produção de material de comunicação a partir da realidade vivenciada pelos sujeitos do processo de comunicação dialógica;
- o Relações Públicas deve ensinar aos sujeitos (de comunidades) a fazer uma leitura crítica do conteúdo construídos por si próprios;
- o Relações Públicas deve fazer com que os sujeitos (de comunidades) tenham consciência do seu ato de enunciar (de produzir texto, de produzir comunicação) e de quanto esse ato modifica sua própria comunidade; e
- o Relações Públicas deve fazer com que os sujeitos (interlocutores) do processo de comunicação dialógica percebam a polifonia (as diversas vozes) existente nos materiais de comunicação produzidos por eles e por sua comunidade.

**d) à leitura de qualquer material de comunicação produzido fora da comunidade ou grupo:**

- o Relações Públicas deve promover a dimensão produtiva da leitura, reconstruindo o significado no processo de recepção;
- o Relações Públicas deve aproveitar as experiências pessoais do sujeitos (interlocutores) no processo de interpretação dos conteúdos dos materiais de comunicação; e

— o Relações Públicas deve deixar atentos os sujeitos (interlocutores) a toda forma de enunciação estranha à sua comunidade, produzindo neles um posicionamento discursivo ora negociado, ora de oposição, ora de concordância.

**e) ao trabalho com a comunicação dialógica (participativa):**

7. o Relações Públicas deve incentivar nos sujeitos (interlocutores) a produção do conteúdo de comunicação coletivo, que os leve, enquanto produtores e leitores de texto (conteúdo de material comunicativo) a uma relação no mundo e com o mundo;
8. o Relações Públicas deve, através da produção ou da leitura de conteúdo de qualquer material comunicativo, fazer ver e fazer compreender (aos sujeitos interlocutores) a relação de poder inerente no processo de comunicação dialógica ; e
9. o Relações Públicas deve fazer ver e fazer compreender (aos sujeitos interlocutores) como um boa argumentação estabelece legitimidade a um discurso. Essa aceitação do discurso, por parte de outrem, instaura uma relação de poder.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Tentando responder às questões que foram colocadas no início deste trabalho, sabe-se que é possível obter contribuições do Modelo de Comunicação Dialógica ao trabalho de Relações Públicas que aconteça em instituições ou organizações que procuram intervir na realidade social.

Essa intervenção na realidade social é mais insistente e contemporânea do que se possa pensar, especialmente em países em desenvolvimento que vivem um comportamento esquizofrênico, onde ora são neoliberais, ora são voltados totalmente para o bem estar social. Essa intervenção, também, é constantemente emergente em regiões como a do nordeste brasileiro.

O profissional de Relações Públicas não deve se direcionar apenas à resolução de problemas de gerenciamento de relacionamento em empresas/indústrias, pois nossa realidade social não se compõe somente delas, muito menos a realidade maranhense.

Se olharmos em volta, o desafio contemporâneo que se coloca diz respeito à transformação de uma realidade social com indicadores negativos para uma com indicadores positivos, e isso não é só uma questão política, é uma questão de sobrevivência, o que reforça ainda mais a necessidade de consolidação do subcampo de Relações Públicas como um campo de conhecimento coerente com a realidade.

A perspectiva contemporânea de Relações Públicas nada mais é do que buscar sustentação teórica e metodológica para resolver problemas emergentes em cenários como o da região nordeste. Assim, olhar para outros processos de comunicação, além dos que se apresentam no segundo setor (empresa/indústria), significa mudar a perspectiva de ver, ou seja, compreender novos cenários, enxergar as distorções de processos revolucionários, buscar novos conceitos e novas perspectivas de investigação, novas possibilidades metodológicas e observar atentamente alguns fatores. Dessa forma, a idéia é contribuir para um arcabouço teórico mais sólido para as Relações Públicas, de maneira a consolidar conceitos éticos, em nome do bem-estar do homem. Eis aqui as conclusões que por hora podemos apresentar em relação às contribuições do Modelo de Comunicação Dialógica à perspectiva contemporânea de Relações Públicas.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Inesita Soares de. **A reconversão do olhar**. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2000.

\_\_\_\_\_. **Mercado simbólico**: interlocução, luta, poder. Um modelo de comunicação para políticas públicas. 2002. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

FREIRE, Paulo. **Comunicação ou extensão?** 7.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 25. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GUSHIKEN, Yuji. **Dialogismo**: emergência do pensamento latino-americano em comunicação. 2005. Trabalho apresentado XXVIII Congresso Brasileiro de Ciência em

Comunicação, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <[www.intercom.org.br](http://www.intercom.org.br)>. Acesso em: 10 set. 2006.

\_\_\_\_\_. **Estudos em Relações Públicas e o pensamento latino-americano em comunicação.** [2005?]. Disponível em: <[www.intercom.org.br](http://www.intercom.org.br)>. Acesso em: 11 set. 2006.

LIMA, Venício Arthur de. **Comunicação e cultura:** as idéias de Paulo Freire. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional:** um olhar estratégico sobre organização. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Relações Públicas, movimentos populares e transformação social. **Revista Brasileira de Comunicação**, v. 26, n. 2, p. 125-133.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluísio. **Teorias da comunicação:** o pensamento e a prática da comunicação social. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.