Anagramas Revista beta

A Construção dos Discursos Políticos nas Relações Públicas: o tensionamento entre os jornais locais e a prefeitura municipal de Santa Maria/RS

Kaetlyn Ferreira Fockink[1]

Patrícia Koefender[2]

Elisangela Carlosso Machado Mortari[3]

Resumo

Partindo-se da idéia de que a atividade de Relações Públicas é responsável pelo gerenciamento da comunicação na mídia, configura-se imprescindível sua atuação na construção dos discursos a serem veiculados pelos dispositivos midiáticos. Uma vez que as Relações Públicas tenham acesso prévio ao conteúdo que será veiculado, pressupõe-se que haja um gerenciamento das informações a serem disseminadas. O presente artigo aborda, portanto, a atuação das Relações Públicas na mídia impressa local, visando a identificar de que modo as RP influenciam na construção dos discursos políticos relacionados à prefeitura municipal de Santa Maria e veiculados jornais *A Razão* e *Diário de Santa Maria*. Para isto, foi realizada análise de clipping, entrevista com o secretário Adjunto de Comunicação da prefeitura municipal de Santa Maria e, por fim, revisão bibliográfica acerca do tema.

Palauras-chaue: *Relações Públicas; Discursos; Dispositivos; Mídia.*

[1] Acadêmica do 5º semestre de Relações Públicas da UFSM e autora do trabalho. E-mail: k_fockink@hotmail.com

[2] Acadêmica do 5º semestre de Relações Públicas da UFSM. patrícia_koefender@hotmail.com

[3] Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas. elimortari@hotmail.com

INTRODUÇÃO

As Relações Públicas, enquanto atividade que trabalha com a mídia e, mais especificamente, com o gerenciamento da comunicação na mídia, está inserida em um contexto cuja matéria-prima é a informação, que é a base para a construção dos discursos. Assim sendo, a elaboração de discursos pressupõe acesso às informações e conhecimento prévio do conteúdo que será veiculado através de dispositivos. Deste modo, a atuação das Relações Públicas constitui-se em elemento crucial para a construção dos conteúdos dos dispositivos midiáticos e a forma como eles são veiculados quando da realização do ato discursivo.

O propósito deste artigo é, pois, identificar como as Relações Públicas apropriam-se dos dispositivos midiáticos para construir e afetar os discursos políticos que são veiculados na mídia impressa de Santa Maria (RS). A partir de clipagem dos jornais locais *A Razão* e *Diário de Santa Maria*, pretende-se analisar os discursos relacionados à prefeitura municipal que são veiculados através de tais dispositivos.

Nosso estudo está dividido em três partes. Na primeira delas, traremos uma abordagem geral sobre o contrato de comunicação, bem como algumas definições de *dispositivo* e *dispositivo midiático*, a fim de ir além dos conceitos técnicos e tecnológicos, abordando, assim, como as relações públicas utilizam-se dos mesmos para estabelecer situações de troca comunicativa no contexto dos discursos políticos.

A segunda parte abordará conceituações diversas da atividade de Relações Públicas e, dentre essas, a definição que pautará nosso estudo e a maneira como as RP interagem com a mídia quando da veiculação de informações. Trataremos, ainda, da questão do empoderamento e da autonomia das relações públicas, enquanto gestoras da comunicação, na construção dos discursos.

Por fim, na terceira e última parte, abordaremos de que forma as relações públicas agem sobre os conteúdos dos discursos e sobre a retenção ou publicização das informações. Neste ponto, o foco de nossa análise serão as manchetes acerca dos discursos políticos veiculados pela mídia impressa local – os jornais *A Razão* e *Diário de Santa Maria* –, sendo que a abordagem trará o modo como as Relações Públicas atuam na construção dos discursos. Para tanto, será efetuada análise de clipping do período de 28 de maio a 03 de junho de 2011. O intuito é verificar o enquadramento dado pelos jornais quando da veiculação de notícias acerca da prefeitura municipal de Santa Maria e identificar a existência – ou não – de

tensionamentos entre os dispositivos midiáticos em questão e os discursos políticos construídos pela prefeitura.

Além disso, utilizaremos de entrevista estruturada, cujas perguntas foram elaboradas e enviadas por e-mail ao Secretário Adjunto de Comunicação da prefeitura municipal de Santa Maria, Josias da Costa Ribeiro, a fim de verificar a atuação das relações públicas no cenário da construção dos discursos relacionados à prefeitura municipal de Santa Maria.

Ademais, utilizaremos de revisão bibliográfica a fim de identificar as pesquisas já realizadas acerca do tema, bem como para definir conceitos-chave que permearão o decorrer do presente artigo. Dentre as definições utilizadas, ressaltamos os conceitos de *dispositivo* e *dispositivo midiático*, *discurso* e *discurso político*, *empoderamento* e *Relações Públicas*. O principal autor a ser utilizado para a conceituação de Relações Públicas será James E. Grunig. Quanto aos conceitos de dispositivo e dispositivo midiático, utilizaremos as abordagens propostas por José Luiz Braga, Dominique Maingueneau, Antônio Fausto Neto e Jairo Ferreira. Já para uma visão geral acerca de discurso, tomaremos por base a visão de Patrick Charaudeau. Por fim, para uma conceituação do empoderamento das Relações Públicas, nos guiaremos pela teoria de Jorge Duarte.

Assim, consideramos o presente artigo etapa inicial para o entendimento da importância do trabalho das Relações Públicas na construção dos discursos e do modo como as relações públicas afetam o tensionamento entre a instância de produção e a instância de veiculação.

1. A IMPORTÂNCIA DOS DISPOSITIVOS NA CONSTRUÇÃO DOS DISCURSOS

A comunicação, enquanto processo, é resultante de uma co-intencionalidade entre sujeitos que estabelecem um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2007). Decorrem deste contrato o estabelecimento de vínculos sociais e a construção de discursos que permeiam as trocas comunicativas entre indivíduos que se propõem a entrar em relação por meio dos atos discursivos. Deste modo, a resultante do ato comunicacional depende da relação de intencionalidade presente no vínculo entre esses dois lugares da máquina midiática – emissor e receptor.

Todo ato discursivo realiza-se em determinadas condições que estabelecem restrições à situação de troca em que este ocorre. Desta forma, a situação de comunicação constitui-se em um quadro de referência ao qual estão submetidos os indivíduos no momento em que realizam o ato discursivo. Considerando-se este quadro de referências, para que o ato discursivo se

efetue, esse deve associar-se a um dispositivo específico que proporcionará as condições materiais necessárias.

Segundo Maingueneau (*apud* FERREIRA, 2003:91), dispositivos são mais do que apenas suportes materiais – orais, escritos, televisivos – que propagam enunciados. Os dispositivos, aliados à instância de recepção, condicionam a constituição de um texto e modelam o gênero do discurso a ser difundido.

Apesar de constituir-se em elemento fundamental para a efetivação dos fluxos de comunicação, o dispositivo é, muitas vezes, encarado apenas como algo estritamente técnico ou tecnológico. Verón (*apud* FERREIRA, 2003:91) ressalta o conceito de dispositivo como um "lugar de enunciação", ultrapassando o entendimento desse como um suporte tecnológico ou linguístico e, portanto, considerando o valor do dispositivo na compreensão da produção de sentido a partir de um "**conjunto** de relações práticas, discursivas e tecnológicas" (grifo nosso). Deste modo, o dispositivo consiste em uma esfera de relações entre as diversas dimensões que o constituem, sendo que cada dimensão influencia e condiciona a outra.

Patrick Charaudeau conceitua o dispositivo como

> uma maneira de pensar a articulação entre vários elementos que formam um conjunto estruturado, pela solidariedade combinatória que os liga. [...] O dispositivo constitui o ambiente, o quadro, o suporte físico da mensagem, mas não se trata de um simples vetor indiferente ao que veicula, ou de um meio de transportar qualquer mensagem sem que esta se ressinta das características do suporte (CHARAUDEAU, 2007:104-5).

Partindo desta definição, pode-se compreender que a diferenciação entre suporte e dispositivo reside no fato de que, enquanto o primeiro é somente um elemento material que funciona como um canal de transmissão, o segundo abrange o ambiente, "as mediações situacional e tecnológica e também os aspectos discursivos, normativos, simbólicos, funcionais e referenciais que incidem nas interações, no tempo e espaço, propiciadas pela conexão de suportes tecnológicos" (FERREIRA, 2002:1).

Considerando que todo dispositivo formata a mensagem que veicula – e atribui a ela um sentido próprio –, não é possível a interpretação de uma mensagem quando da inexistência de um dispositivo. Desta forma, no âmbito da comunicação, o dispositivo busca situar um campo de reflexão e proposições, nas quais a nossa compreensão sobre a produção de sentido e os processos midiáticos influencia na recepção e na interpretação das mensagens.

Quanto aos dispositivos midiáticos, esses não devem ser entendidos apenas por sua tecnologia, pelos sujeitos envolvidos ou, ainda, pela linguagem de cada meio de comunicação.

Peraya (*apud* FERREIRA, 2006) propõe a abordagem dos dispositivos midiáticos sob uma perspectiva triádica. Aprofundando a visão de Peraya, Klein (2007) sustenta que o dispositivo midiático é composto "de um conjunto de operações (técnico-tecnológicas, semio-linguísticas e socioantropológicas), que constituem uma rede entre diferentes elementos [...]. O conceito de dispositivo, aplicado aos estudos midiáticos, consegue abarcar melhor a sua totalidade e complexidade" (p. 218).

O enfoque triádico constitui, portanto, a base para o entendimento dos processos midiáticos enquanto perspectivas complexas das relações estabelecidas entre as três dimensões dos dispositivos midiáticos. Assim, Klein (2007) ressalta a necessidade de analisar o campo midiático sob o aspecto da multidimensionalidade, uma vez que os processos que se desenvolvem a partir dos fenômenos midiáticos não podem ser compreendidos abordando-se somente uma de suas dimensões, seja ela técnico-tecnológica, semio-linguística ou mesmo socioantropológica.

Retomamos a ideia de que dos dispositivos dependem a recepção e a interpretação das mensagens, uma vez que esses formatam as mensagens que conduzem. Entretanto, apesar de constituírem-se em um conjunto de regras mais ou menos elaboradas, os dispositivos não alteram os conteúdos, mas, sim, influenciam o modo como os discursos difundidos serão interpretados. Desse modo, pode-se inferir a relação intrínseca existente entre os dispositivos e os discursos, visto que esses se afetam mutuamente no processo de trocas comunicativas.

No âmbito político, sobressai-se ainda mais a ligação dispositivo-discurso. Isso decorre do fato de que os discursos políticos são construídos e reconstruídos, simultaneamente, pelo dispositivo da situação de comunicação e pelos atores envolvidos (CHARAUDEAU, 2006). Ainda no discurso político, o dispositivo age sobre as trocas comunicativas à medida que "ele é o que estrutura a situação na qual se desenvolvem as trocas linguageiras a organizá-las de acordo com os lugares ocupados pelos parceiros de troca, a natureza de sua identidade, as relações que se instauram entre eles em função de certa finalidade" (2006:53).

Considerando que os atores políticos encontram-se sob constante pressão, uma vez que são sujeitos representantes da sociedade investidos de um "poder fazer" e de um "poder fazer pensar" (CHARAUDEAU, 2006), seus discursos geram expectativas por parte da sociedade e, sobretudo, da mídia. Sendo assim, a grande visibilidade e influência que os atores políticos possuem faz com que seus discursos sejam rápida e massivamente disseminados. Este cenário exige que os discursos sejam construídos de modo a propagar as mensagens pretendidas pelo ator político, promovendo clareza e entendimento das mesmas por parte dos públicos.

Uma vez que os dispositivos não influenciam o conteúdo, mas a formatação das mensagens – e, consequentemente, o modo como os discursos serão interpretados –, é necessário o gerenciamento dos conteúdos que serão veiculados pelos dispositivos midiáticos quando da realização do discurso político. Desta forma, este gerenciamento tem de ser efetuado por um profissional que compreenda os mecanismos de formatação das mensagens pelos dispositivos midiáticos. Neste contexto, a atuação das relações públicas mostra-se essencial, à medida que o profissional de Relações Públicas é responsável por gerenciar a comunicação – e os discursos – na mídia.

2. RELAÇÕES PÚBLICAS E SUA ATUAÇÃO NA MÍDIA

O termo Relações Públicas, ainda que já bastante explorado, gera dúvidas quanto a sua definição. Isto se deve, em parte, à polissemia do termo, que pode designar um processo, um profissional, uma profissão, uma função, uma técnica, uma atividade ou, ainda, uma ciência. Outro elemento que dificulta o entendimento das Relações Públicas é o fato de que cada autor, profissional, ou mesmo entidade, utiliza-se de um conceito específico para defini-las – julgando qual melhor se adapta as suas necessidades –, o que acaba por gerar uma multiplicidade de definições (SIMÕES, 1979).

São diversas as visões acerca das Relações Públicas e suas atuações. Margarida Maria Krohling Kunsch (2003) desenvolve sua teoria com base na atuação das Relações Públicas na comunicação integrada, propondo o chamado "mix de comunicação" (2009:150), que compreende a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa. Segundo a autora, as relações públicas atuam, de forma direta, na comunicação institucional, construindo e consolidando imagens e identidades corporativas das organizações. Kunsch destaca ainda a necessidade de uma ação conjunta entre todas as áreas do "mix de comunicação" para que se constitua uma unidade harmoniosa, apesar das diferenças de cada uma. Neste cenário, a atuação das relações públicas é imprescindível para a gestão integrada e estratégica da comunicação organizacional.

Por outro lado, Roberto Porto Simões (2006) define as Relações Públicas através da gestão da função política da organização. O autor considera que a atividade de RP consiste na administração da política organizacional, cujo foco está nas relações de poder – identificadas através dos processos de comunicação – entre a organização e seus públicos. Assim, para

Porto Simões (1999) as Relações Públicas compreendem o *processo* e o *programa*[4]. Enquanto o primeiro refere-se à estrutura do fenômeno e às relações de poder existentes entre organizações e públicos, o segundo analisa o processo, identificando a necessidade de mudança ou manutenção das estruturas de poder.

Já James E. Grunig[5] (2009) defende a teoria das "Relações Públicas Excelentes", que, para o autor, devem ser baseadas em pesquisas e teorias que auxiliem o exercício eficiente e eficaz da profissão – tanto no nível operacional, quanto no gerencial. Para Grunig, a excelência em Relações Públicas está atrelada ao envolvimento das RP com a administração estratégica, o que determina, portanto, a participação das relações públicas na tomada de decisão da organização. Além disso, o autor ressalta que as Relações Públicas busquem uma comunicação simétrica, equilibrando as necessidades e interesses das organizações e de seus públicos. Assim, em um contexto mais amplo, as Relações Públicas auxiliam as organizações a alcançarem seus objetivos e, a longo prazo, atingirem a excelência organizacional.

Para a presente pesquisa, tomaremos por base o conceito desse último autor, que aborda as relações públicas a partir de uma visão mais ampla, o que, em nosso entendimento, é fundamental para que as RP participem ativamente dos processos de tomada de decisão. A nosso ver, este cenário de participação nas decisões confere às Relações Públicas certa autonomia e, principalmente, empoderamento para consolidar-se como elemento imprescindível à gestão estratégica.

Segundo Grunig (2009:46), o empoderamento das relações públicas desponta como uma das principais condições para o desenvolvimento de departamentos de relações públicas excelentes. O autor defende que o profissional de Relações Públicas, quando em uma posição gerencial, deve ou fazer parte da "coalizão dominante" – ou seja, do grupo de líderes responsáveis pela tomada de decisão na organização –, ou reportar-se diretamente a estes.

Duarte compreende o empoderamento como "atribuir autonomia de decisão" (2009: 344). Deste modo, para viabilizar o empoderamento da comunicação, é preciso que os funcionários da organização tenham acesso à informação. O autor ainda acredita que o

[4] Como etapas do *programa*, o autor destaca o diagnóstico (pesquisar), o prognóstico (prever), o assessoramento (ter alternativas) e a implementação (executar).

[5] O autor propõe, ainda, quatro modelos através dos quais as Relações Públicas podem atuar, a saber: *assessoria de imprensa*, cujo intuito é obter publicidade favorável; *informação pública*, que atua apenas disseminando informações; *assimétrico de duas mãos*, no qual a organização espera uma mudança no comportamento dos públicos a fim de que se adaptem a ela – sem, porém, adaptar-se às necessidades dos públicos; por fim, o modelo *simétrico de duas mãos*, tido como o mais ético deles, consiste em uma negociação constante entre organização e públicos a fim de equilibrar interesses.

empoderamento comunicacional só ocorre quando o poder de realizar ações de comunicação em nome da organização é distribuído, exercido por muitos indivíduos. Assim,

> o papel do gestor de comunicação e de toda a sua equipe seria pedagógico e motivador, orientando sobre práticas eficientes e naturalizando a preocupação com a comunicação, para que todos os integrantes, em todas as áreas, assumam o protagonismo de bem comunicar. Sua responsabilidade não se limitaria a criar e manter eficientes produtos e serviços, mas também implicaria gerar espaços de interação e participação, despertar o interesse e motivar para uma comunicação excelente em cada âmbito (2009:356).

Partindo do pressuposto de que as Relações Públicas trabalham o gerenciamento da comunicação na mídia, entende-se que, somente quando inseridas neste contexto de empoderamento e participação, as RP têm a condição de afetar os conteúdos discursivos que serão veiculados através dos dispositivos midiáticos.

3. A PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA MARIA NOS DISPOSITIVOS MIDIÁTICOS *A RAZÃO* E *DIÁRIO DE SANTA MARIA*

Os discursos sociais não podem ser compreendidos somente a partir da análise dos enunciados, uma vez que não são apenas a soma de atos de linguagem. Deste modo, é preciso que a análise dos conteúdos veiculados nos dispositivos midiáticos não aconteça de modo isolado, e, sim, simultâneo ao estudo do contexto das trocas comunicativas.

Partindo da análise das manchetes dos jornais locais *Diário de Santa Maria* e *A Razão*, identificamos certos tensionamentos entre tais dispositivos midiáticos e a prefeitura de Santa Maria (RS). Visando a complementar o estudo acerca dos conteúdos discursivos veiculados em tais jornais, utilizamos de entrevista estruturada – enviada por *e-mail* ao secretário Adjunto de Comunicação da prefeitura municipal de Santa Maria, Josias da Costa Ribeiro. Deste modo, nossa intenção é estabelecer uma relação entre a atuação do profissional de Relações Públicas e o enquadramento dado pelos dispositivos quando de notícias ligadas à prefeitura do município.

Quando da análise destes dois elementos, notamos determinadas situações de comunicação que possibilitaram a classificação das mesmas em duas categorias: a primeira delas é referente ao *vínculo* que as notícias publicadas tentam criar e/ou manter entre a comunidade leitora e a prefeitura municipal; e a segunda, referente à *influência* da prefeitura sobre as matérias veiculadas a seu respeito. Desta forma, as manchetes dos jornais e a

entrevista realizada constituirão a base para a análise que terá como ponto-chaves as categorias supracitadas.

Conforme abordamos na primeira parte do presente trabalho, a construção do vínculo social se dá através da co-intencionalidade existente entre os sujeitos que se propõem a entrar em situação de comunicação, quando da realização do ato discursivo. Quando tratamos de discurso político, este vínculo mostra-se ainda mais necessário, uma vez que é por meio dele que o ator político constrói sua legitimidade perante os eleitores. Neste contexto, os dispositivos midiáticos também atuam como construtores e mantenedores do vínculo entre atores políticos e eleitores – que são, também, sujeitos leitores dos jornais.

A tentativa de construção do *vínculo* entre a prefeitura municipal e a comunidade pôde ser observada principalmente através de eventos – realizados pela prefeitura – voltados à comunidade. Neste sentido, identificamos a atuação das relações públicas essencialmente por meio do agendamento de eventos na mídia. Uma vez que o propósito desses é a aproximação com os públicos – os eleitores –, a publicação de informações acerca de tais acontecimentos proporciona visibilidade positiva ao órgão municipal e, deste modo, a veiculação de notícias que poderiam ser prejudiciais à imagem da prefeitura perde seu impacto perante os leitores.

Eventos como o 3º Festival Internacional de Balonismo, Campanha do Agasalho, festa gastronômica em Pains, lançamento do programa Selo Casa Azul e retirada de tapumes da Avenida Rio Branco são alguns dos eventos agendados que tiveram espaço na mídia e foram, portanto, veiculados em tais dispositivos midiáticos, totalizando quinze publicações em menos de uma semana. A divulgação de tais eventos, além de tentar promover o vínculo com a sociedade, demonstra certa *influência* da prefeitura sobre o enfoque dado pelos dispositivos. Conforme explorado na segunda parte deste artigo, a *influência* consolida-se através da figura do Relações Públicas, que, para isso, deve ser investido de poder – empoderamento da profissão – de modo a exercer sua autonomia através do encaminhamento de notícias aos dispositivos midiáticos.

Embora a *influência* observada tenha poder para agendar determinados eventos na mídia, não a consideramos suficiente para evitar o enquadramento negativo de demais assuntos relacionados à prefeitura municipal. Prova disso é a manchete publicada no jornal *Diário de Santa Maria* do dia 01 de junho de 2011 *"Uma nova prefeitura por R$ 550 mil"* seguida, na mesma edição, da manchete *"Professor sem pagamento"*. A nosso ver, apesar de a primeira manchete não possuir caráter negativo, o fato de a segunda ter sido publicada na mesma edição altera o entendimento da primeira, pois, em um contexto mais amplo, leitores –

e eleitores – podem encarar negativamente o investimento em reforma da própria prefeitura em detrimento do pagamento de professores. Assim, o *vínculo* da prefeitura com a comunidade é afetado pela forma com que as notícias foram apresentadas pelo dispositivo.

Outro acontecimento cujas manchetes destacaram-se nos dispositivos em questão foi a possível vinda de uma fábrica de elevadores da Hyundai para Santa Maria. Enquanto o jornal *A Razão* publicou, no dia 31 de maio de 2011, a manchete "*Hyundai pode vir para Santa Maria"*, no *Diário de Santa Maria* a manchete, neste mesmo dia, era *"Santa Maria na briga por fábricas de elevadores Hyundai"*. Analisando as marcas textuais do enquadramento dado pelos dispositivos, observamos que, quanto ao *vínculo*, o dispositivo *A Razão* aborda a vinda da fábrica apenas como uma possibilidade – "(...) ***pode*** *vir* (...)" – discurso este que, em nossa opinião, não contribui para a construção de vínculos com a comunidade leitora. Por outro lado, o jornal *Diário de Santa Maria*, ao utilizar-se da expressão "*Santa Maria* ***na briga*** (...)" – enfatiza o suposto esforço da prefeitura para que as fábricas se instalem na cidade, o que, em um contexto geral, trará possíveis benefícios para a comunidade. Este enfoque, portanto, reforça o *vínculo* entre prefeitura e leitores. Quanto à *influência*, ocorre fato semelhante: o jornal *A Razão* não transparece significativa influência da prefeitura quando da construção da manchete; o *Diário de Santa Maria*, ao contrário, reflete maior influência ao utilizar-se da expressão acima destacada para disseminar o discurso da prefeitura.

Neste sentido, ao relacionarmos as manchetes publicadas à entrevista realizada com o Secretário Adjunto de Comunicação da prefeitura municipal de Santa Maria, observamos, através de marcas textuais, que as atividades desenvolvidas na prefeitura municipal ainda estão, de acordo com o profissional de Relações Públicas, muito "*diretamente ligadas a Cerimonial e Protocolo*" e ao "*atendimento de autoridades*". De acordo com a entrevista realizada, as relações públicas trabalham conforme a perspectiva de Porto Simões (2006), uma vez que, segundo o entrevistado, "*nossa atuação é mais política*", o que implica na atuação das RP enquanto administradora da função política, cujo foco está nas relações de poder, visto que "*existem as influências politicas-partidárias*".

Quanto à elaboração de notícias e releases, a atuação das relações públicas também não é direta, uma vez que "*todo material de imprensa é produzido pela Assessoria de Imprensa*". Segundo o entrevistado, tem-se "*liberdade de sugerir pautas para matérias de interesse da população*", "*visando atenuar essas visões negativas*", mas o que deve ser levado em consideração "*será sempre a visão da administração*", pois "*todo trabalho é para termos*

visibilidade positiva do assessorado". Desta forma, "*a consulta ao assessorado é um dever a ser realizado*".

De modo geral, podemos inferir que, quanto à categoria *vínculo*, a atuação das relações públicas tem sido mais efetiva, ainda que através do agendamento de eventos na mídia. Entretanto, com relação à *influência*, nota-se que as relações públicas ainda carecem de autonomia e empoderamento para a construção dos discursos políticos veiculados nos dispositivos midiáticos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nosso ver, vínculo e influência constituem conceitos importantes para a atuação das relações públicas na construção dos discursos. Enquanto o vínculo constitui-se na resultante de uma co-intencionalidade entre sujeitos dispostos a entrar em relação, efetivando o ato comunicacional, a influência configura-se como o poder exercido por um dos sujeitos visando a exercer certo domínio sobre o outro através dos discursos construídos.

Uma vez que é através dos discursos que se estabelecem relações de vínculos e influências, a atuação das relações públicas – enquanto construtoras de discursos – é imprescindível à determinação dos conteúdos que serão veiculados através dos dispositivos midiáticos. Segundo Luhmann (*apud* FAUSTO NETO, 2010) o problema dos discursos midiáticos está na construção de vínculos entre emissor e receptor, visto que não há contato direto entre eles devido à utilização de um dispositivo midiático para a disseminação destes discursos.

Neste contexto, tanto o conteúdo discursivo a ser propagado quanto o dispositivo a ser utilizado devem ser determinados de acordo com a relação que se pretende estabelecer entre a instância de emissão e a instância de recepção das mensagens, uma vez que "o discurso é indissociável do dispositivo no qual ele é produzido" (FERREIRA, 2003:90).

Para que possam auxiliar na construção dos discursos, é necessário que as relações públicas tenham autonomia e liberdade para exercer seu papel de gerentes de comunicação da organização. Para isto, é fundamental que as RP sejam reconhecidas como tal e investidas de poder que as capacite a tomar decisões com vistas a influenciar o enquadramento dado pelos dispositivos midiáticos quando da disseminação de notícias e informações acerca de sua organização.

Considerando-se que o discurso enunciado não traz somente a perspectiva do fornecedor de informação, mas também a formatação da mensagem pelo dispositivo em que

está sendo veiculada – à medida que os dispositivos midiáticos operam como meio de circulação e articulação das relações de poder –, é preciso que as relações públicas utilizem-se de modo adequado destes dispositivos a fim de construir discursos cujos enquadramentos estejam em concordância com os conteúdos que se pretende divulgar.

Neste sentido, ao analisarmos os discursos políticos acerca da prefeitura municipal de Santa Maria (RS) veiculados nos jornais locais *A Razão* e *Diário de Santa Maria*, identificamos ações de relações públicas no agendamento de eventos na mídia, com vistas a aproximar o público – enquanto leitor e eleitor – da prefeitura. Tal agendamento confere visibilidade positiva à prefeitura através de manchetes e reportagens sobre os eventos realizados, porém, mostra-se insuficiente para amenizar o enquadramento negativo conferido a outras notícias.

Finalizamos, portanto, reiterando a importância das Relações Públicas Excelentes (GRUNIG, 2009) as quais implicam em participação das RP na administração estratégica da organização e, desta forma, na tomada de decisão. Buscando-se uma comunicação simétrica de duas mãos, as relações públicas podem promover uma aproximação entre organização e públicos através da construção de discursos que compreendam uma co-intencionalidade dos sujeitos envolvidos na troca comunicativa.

Deste modo, o entendimento e a identificação dos públicos com os discursos propagados através dos dispositivos constituem a essência das relações públicas e sua atuação enquanto gerente da comunicação na mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2007.

_____. **Discurso político.** São Paulo: Contexto, 2006.

DUARTE, Jorge; MONTEIRO, Graça. Potencializando a comunicação nas organizações. *In:* KUNSCH, Margarida Maria K. (Org.) **Comunicação Organizacional:** linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009, v.2.

FAUSTO NETO, Antônio. **(Re) Visitando os conceitos de contrato de leitura:** uma proposta de entendimento dos pontos de vinculo entre emissor/receptor da sociedade dos meios para sociedade midiatizada. *Intercom,* 2010.

FERREIRA, Jairo. **Campos de significação e conhecimento em dispositivos digitais:** análise das interações discursivas em listas de discussão. Porto Alegre: *UFRGS*, v.2, 2002.

_____. **Mídia e conhecimento**: objetos em torno do conceito de dispositivo. *Intercom*, 2002.

_____. **O conceito de dispositivo:** explorando dimensões de análise. *Ecos Revista*, n.2, 2003.

_____. **Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos.** *Líbero*, nº 17, ano 9, 2006.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas:** teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

KLEIN, Otávio José. **A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos.** *Estudos em Comunicação* nº 1, p. 215-231, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

SIMÕES, Roberto Porto. **A disciplina de Relações Públicas:** o processo e o programa. *FAMECOS*, Porto Alegre, nº10, 1999.

_____. **Informação, inteligência e utopia:** contribuições à teoria de Relações Públicas. São Paulo: Summus, 2006.

_____. **Relações Públicas, antes de tudo um processo.** *O Público.* São Paulo, nº 2, 1979.