

---

## **ÉTICA PROFISSIONAL E CRISE DE IMAGEM: um estudo de caso da agência global de relações públicas Teneo e escândalo envolvendo o seu fundador e CEO<sup>1</sup>**

Ludmyla Sousa SANTOS<sup>2</sup>  
Brenda Cristina Santos MELO<sup>3</sup>  
Zilda Fátima da Silva PAIM<sup>4</sup>  
Universidade do Estado da Bahia, Salvador, BA

### **RESUMO**

Este artigo tem como objetivo discutir sobre ética profissional e crise de imagem a partir da análise do estudo de caso da agência global de relações públicas Teneo. Para realizar esta análise, o artigo possui como referencial teórico as reflexões de ética profissional apontadas por Chaui (2000), Marques (2009) e Gonçalves (2013) e código de ética do profissional de Relações Públicas (CONFERP, 2001), e referencial de Relações Públicas e gestão de crise por Bocciardi (2017) Curado (2009), Kunsch (2003) e Rosa (2003). Concluiu-se que profissional de Relações Públicas, por lidar com o relacionamento com diversos públicos dentro do ambiente organizacional, está propenso a se deparar com situações que possam questionar a sua ética e moral profissional. Por isso, é importante o conhecimento do código de ética para contornar situações difíceis de forma transparente, honesta, estratégica e inteligente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Organizacional; Gestão de Crises; Ética nas Relações Públicas.

### **INTRODUÇÃO**

A prática e a aplicação concreta dos valores e normas morais, é um dever de todos os profissionais, independente de sua formação. Ao pensar no profissional do Relações Públicas (RRPP), que atua na relação dos meios de comunicação com a sociedade em geral, lidando de forma direta com clientes e colaboradores de uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ03 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: [ludmylasousaa@gmail.com](mailto:ludmylasousaa@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: [brendamelow@gmail.com](mailto:brendamelow@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora de Trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: [zpaim@uneb.br](mailto:zpaim@uneb.br)

---

organização, fica ainda mais evidenciado a importância da compreensão e aplicação da ética profissional em seu dia a dia.

O exercício profissional do RRPP envolve o enfrentamento de dilemas éticos abrangentes e esses dilemas incluem a responsabilidade socioambiental, a necessidade de transparência e honestidade no trato com o público, a busca de um equilíbrio ético e transparente diante de conflitos de interesse envolvendo todas as partes interessadas, a conduta honesta em pesquisas e na divulgação de informações, além da proteção da privacidade e dos direitos das pessoas.

E, com base nas funções do RRPP (KUNSCH, 2003), considerando também as diferentes posições e atividades que podem ser desempenhadas por esse profissional, há constantemente uma preocupação com a imagem e reputação da empresa/marca/pessoa que este profissional representa, sendo comum a preocupação de prevenir crises de imagem (BOCCIARDI, 2017; CURADO, 2009; KUNSCH, 2003; ROSA, 2003). Na era de informação que estamos, de facilidade de circulação de notícias e contato constante com mídias sociais digitais, surge e preocupa as crises de imagem nas RRPP e sua grande circulação para mídia em geral, como questões de escândalos e comportamento antiético. Assim, escolhemos um caso da agência Teneo e do escândalo envolvendo seu fundador e CEO, Declan Kelly, em maio de 2021. A situação gerou sérios danos à imagem e reputação da agência, bem como do Declan Kelly.

Neste sentido, como citado anteriormente este trabalho tem como objetivo geral discutir sobre ética profissional e crise de imagem a partir da análise do estudo de caso da agência global de relações públicas Teneo e refletir como isso é refletido nas relações organizacionais. Já os objetivos específicos são: 1) Avaliar a ética de profissionais de Relações públicas; 2) Discutir sobre a crise imagem de organizações; 3) Analisar o caso da agência global de relações públicas.

Na metodologia deste trabalho, foi usado o método de pesquisa exploratória por meio de pesquisa bibliográfica sobre o tema “Ética Profissional e Crise de Imagem”. A seleção documental para a amostragem contém: revisão bibliográfica, análise do estudo de caso da agência global de relações públicas Teneo e escândalo envolvendo o seu fundador e CEO. A partir disso, a coleta de dados foi feita da seguinte forma: revisão bibliográfica para fundamentar os conceitos de ética, crise e imagem institucional. Após isso, foi necessário compreender o contexto e desdobramentos deste caso, com objetivo

---

de exemplificar a importância da ética profissional para o profissional de Relações Públicas.

## ÉTICA PROFISSIONAL NAS RELAÇÕES PÚBLICAS

A ética e a filosofia moral de acordo com Chauí (2000), Marques (2009) e Gonçalves (2013) destacam a importância de uma abordagem ética em todas as áreas da vida, o que influencia e serve de base para valores éticos e morais de um profissional de RRPP. Na visão das autoras, valores como responsabilidade, transparência, honestidade e respeito são cruciais ao se pensar nos direitos humanos, e podemos colocar como pilares ao profissional aqui citado.

Além disso, todo profissional de RRPP tem como base manter a imagem e reputação da organização, como por exemplo, no gerenciamento de crises e relacionamento entre seus públicos. De acordo com o Artigo 2º do código de ética do profissional de RRPP aqui do Brasil (CONFERP, 2001), é vedado práticas que possam levar a corromper ou a comprometer a integridade dos canais de comunicação ou o exercício da profissão. Por isso, é tão importante essa preocupação com ética e moral, pois toda e qualquer organização irá se deparar com conflitos no seu dia a dia e, possivelmente, em algum momento irá passar por uma crise de imagem.

É importante ressaltar que não só no cenário brasileiro, mundialmente profissionais desta área possuem código de conduta com diretrizes a serem seguidas. Um bom exemplo é o caso dos Estados Unidos da América, referência em RRPP. Em tal localidade, há o direcionamento através de Código de ética da Instituição *Public Relations Society of America* (PRSA), código de conduta pela *Public Relations and Communications Association* (PRCA), código de conduta do *Institute for PR*, diretrizes da *Page Society*, entre outros (ROBBINS, 2022).

Em tais diretrizes, é pontuado, por exemplo, para os membros da PRSA (PRSA, 2023), valores éticos de advocacia, honestidade, perícia, independência, lealdade e imparcialidade. Além disso, há uma seção sobre as disposições de Conduta do Código PRSA onde há um maior detalhamento quanto às ações do RRPP bem como, exemplificação dessas disposições, um diferencial ao compararmos com o código de ética do profissional de RRPP brasileiro.

---

Outro ponto de diferencial é o destaque a ética profissional de acordo com PRCA (PRCA, 2023), estimulando pesquisas sobre ética nas RRPP, artigos sobre a temática por profissionais da área bem como campanhas próprias para incentivar a prática de valores éticos para estes profissionais. A instituição destaca como padrões éticos são extremamente importantes para a existência de bons profissionais, com um *blog* específico para tratar da temática.

Para manter uma boa reputação é importante estar preparado para lidar com ocorridos desagradáveis e, para isso, é necessário ter profissionais de comunicação éticos para criar estratégias para enfrentar da melhor forma ou até mesmo evitar a crise, conduta que não ocorreu no caso da agência Teneo.

## **O CASO DA TENEO: CONTEXTO E DESDOBRAMENTOS**

Nosso ponto de partida surge das indagações: qual a compreensão que se pode ter sobre ética nas Relações Públicas, a partir da narrativa do estudo de caso da agência Teneo? O objetivo foi identificar e analisar a (falta de) ética do caso e exemplificar o debate sobre a ética nessa profissão no dia-a-dia. Importa observar que a escolha deste estudo de caso ocorreu devido a sua grande repercussão na mídia<sup>4</sup> por ser uma das maiores e mais bem sucedidas empresas de relações públicas e de consultoria estratégica do mundo, clientes como grandes empresas. Além disso, o período de 2021 (um ano após pandemia) foi um período que houve claramente uma intensificação do uso das mídias sociais, local de grande circulação e mediatização de notícias.

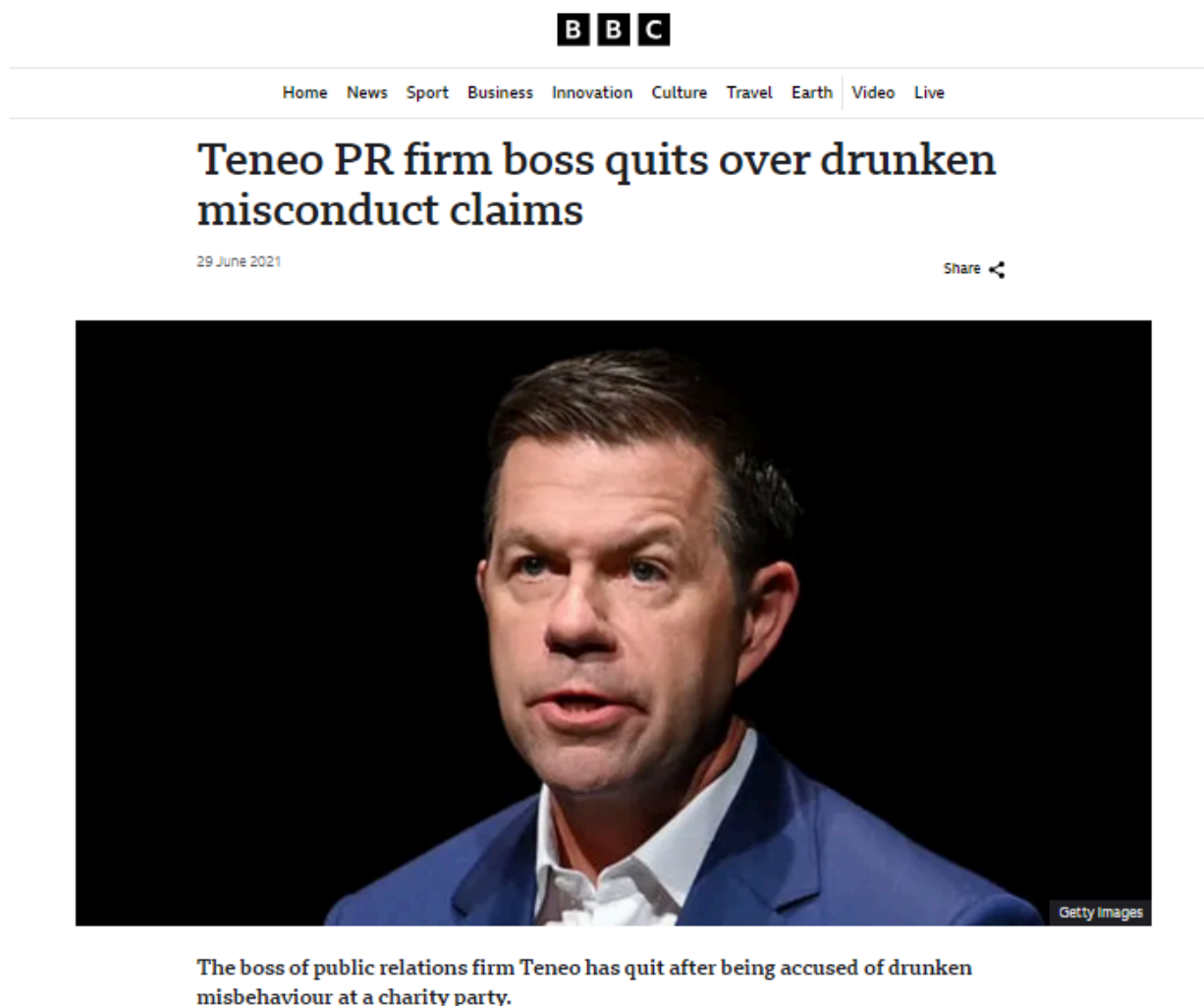
Sobre o caso, o evento em questão ocorreu em maio de 2021, intitulado "*Vax Live: The Concert to Reunite The World*" ("O Concerto para Reunir o Mundo") (GURGEL, 2021). Foi um evento beneficente, com participação de celebridades como príncipe Harry da Inglaterra e a cantora pop Jennifer López, e até mensagens de vídeo do papa Francisco e do presidente americano, Joe Biden, com o intuito de promover uma vacinação global mais rápida e justa contra a Covid-19.

---

<sup>4</sup> Com manchetes como “Estrela global de RP vive crise de imagem após se embriagar em festa e agência perde contas” e um exemplo de manchete e mais detalhes disponível em: <https://mediatalks.uol.com.br/2021/06/25/consultor-vive-crise-de-imagem-depois-de-se-embriagar-em-festa/>

A Teneo, agência de RRPP fundada em 2001 e referência mundial da área por contar com marcas famosas no portfólio, como por exemplo, a Coca-Cola e a política Hillary Clinton, estava presente neste evento, representada pelo seu fundador e CEO, Declan Kelly. Durante o evento em questão, Kelly se embriagou e foi flagrado importunando convidados do coquetel de lançamento do evento. Nos dias seguintes, foi questão de tempo para a notícia se espalhar e trazer cancelamento de grandes clientes para a agência Teneo.

Figura 1 - Repercussão da Notícia no Jornal BBC



Fonte: BBC.com, 2023.

Figura 2 - Repercussão da Notícia no Jornal The Guardian



Fonte: The Guardian, 2023.

Figura 3 - Repercussão da Notícia no Jornal Valor Econômico

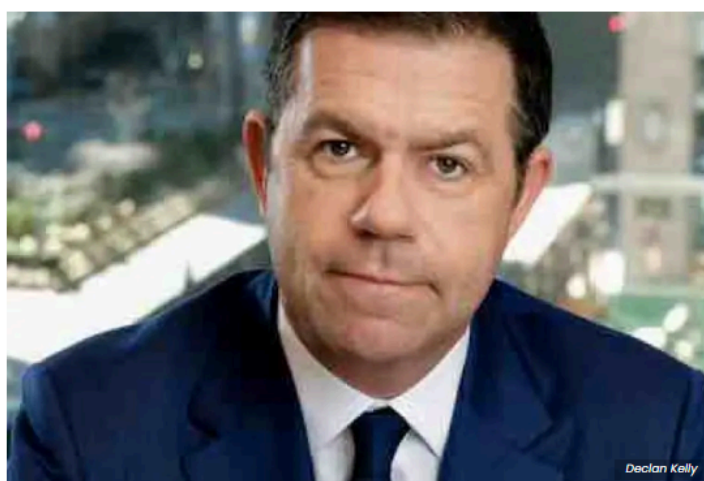


Fonte: Valor Econômico, 2023.

Figura 4 - Repercussão da Notícia no Jornal Valor Econômico



### CEO de agência global de relações públicas renuncia após escândalo de bebida e assédio



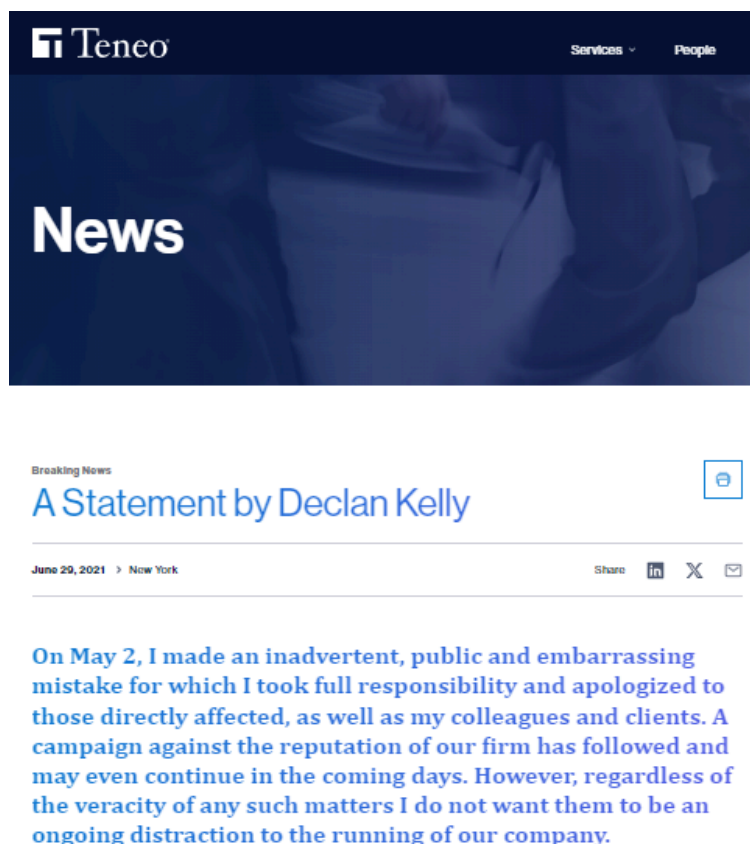
Fonte: UOL, 2023.

O escândalo, além de propiciar a perda de inúmeros clientes, impactou a credibilidade da agência, que era especialista em lidar com a imagem das pessoas, mas que não teve seu próprio fundador como um bom exemplo.

A Teneo demorou para se pronunciar, mas dias depois, lançou o informativo lamentando o acontecimento, e noticiando que Kelly estava renunciando sua posição de CEO. O mesmo aconteceu com Kelly, que logo após o posicionamento da empresa, lamentou o ocorrido, pediu a desvinculação da sua ação com a agência e afirmou a notícia da sua renúncia.

“[Cometi] um erro constrangedor, público e inadvertido, pelo qual assumo total responsabilidade e me desculpei com os que foram afetados diretamente, assim como com meus colegas e clientes”, disse Kelly, em um comunicado à imprensa (FIGURA 5).

Figura 5 - Comunicado de Declan Kelly à imprensa.



Fonte: Teneo.com, 2023.

A ação em questão, aqui para nossa análise, teve falhas éticas envolvidas como uma conduta pessoal inadequada por parte de Kelly, que vai de encontro até mesmo aos direitos humanos. O envolvimento em qualquer forma de abuso ou assédio é inaceitável e demonstra uma falha ética significativa. Ao considerarmos os códigos de ética anteriormente citados, podemos afirmar que Kelly infringiu valores éticos como credibilidade e falta de respeito, bem como cometeu crime de importunação sexual.

De acordo com as questões pontuadas anteriormente neste artigo sobre ética e RRPP, para prevenir danos à imagem das marcas/pessoas/organizações (BOCCIARDI, 2017; CURADO, 2009; KUNSCH, 2003; ROSA, 2003), era crucial que a Teneo tivesse adotado práticas em gestão de crises baseadas na ética profissional. É necessário investir em uma cultura organizacional que se baseie em valores éticos, integridade e respeito, estabelecendo diretrizes e códigos de conduta que orientem o comportamento ético de



todos os membros da organização. Além disso, ponderar sobre a implementação de sistemas de monitoramento e detecção de questões éticas, a exemplo, uma implementação de canal de ouvidoria/denúncia confidencial.

No contexto de uma crise, seja ela caso de assédios, preconceitos, corrupção, entre outros pontos que acontecem em corporações, é crucial o tratamento da crise de forma transparente e consistente, como assumir o erro, pedir desculpas e tentar planejar as atitudes futuras para que isso não ocorra. Além disso, ponderar a ética também na solução da crise, como manter anonimato das pessoas que realizarem denúncias e privacidade das vítimas envolvidas na crise.

Após a crise, realizar um planejamento baseado em valores éticos e com estratégias de comunicação para prevenir futuras novas crises e principalmente, que o mesmo erro não ocorra. Exemplos de ações seriam treinamentos adicionais em ética, a revisão de políticas e código de conduta da empresa, para que os profissionais possam sempre manter a integridade e preservar tanto a sua imagem quanto a imagem da empresa.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Podemos afirmar que trabalhar na área de Relações Públicas é ter como pilar a construção de confiança e credibilidade para uma determinada marca/organização/pessoa, sobretudo trabalhar com valores éticos se torna fundamental para esta construção. No contexto atual, onde a opinião pública tem se mostrado cada vez mais exigente em relação às práticas das organizações, muito por conta dos consumidores que estão mais conscientes e valorizam empresas que demonstram compromisso com valores éticos, a ética se torna ainda mais relevante.

Em suma, fica evidente com este caso da agência Teneo a necessidade de uma abordagem ética abrangente, que permeie todos os aspectos do trabalho e promova valores fundamentais para o estabelecimento e a manutenção de uma reputação positiva. O profissional de Relações Públicas, ao lidar com diferentes públicos no ambiente organizacional, inevitavelmente enfrentará situações que podem colocar em cheque sua ética e moral profissional. Nesse sentido, é crucial que esses profissionais possuam conhecimento sólido do código de ética da área, a fim de lidar com essas situações de

---

maneira transparente, honesta, estratégica e inteligente. Ter o código de conduta ou o código de ética como um referencial para o planejamento de tomada de decisões, ajuda com o posicionamento ético do profissional e da empresa que ele representa. Devido a isso, a aplicação da abordagem ética em todas as ações promove uma reputação sólida com o público a longo prazo, sendo possível contornar situações desafiadoras.

## REFERÊNCIAS

**A Statement by Declan Kelly.** Disponível em: <<https://www.teneo.com/news/press-releases/a-statement-by-declan-kelly/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

BOCCIARDI, C. O rabo não abana o cachorro. In: PRADO, Elisa (org.). **Gestão de reputação: riscos, crise e imagem corporativa.** São Paulo: ABERJE, 2017

CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia.** Ed. Ática, São Paulo, 2000.

CONFERP. **Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas.** 2001

CURADO, O. **Crise de imagem: uma morte anunciada.** 2009. Disponível em: <http://criseecomunicacao.blogspot.com.br/2009/03/crise-de-imagem-uma-morteanunciada.html>. Acesso em: 04 jul 2023.

Edgecliffe-Johnson, A. e Massoudi, A. **Declan Kelly renúncia como chefe da Teneo após acusação de má conduta por bebida.** Disponível em: <<https://valor.globo.com/carreira/noticia/2021/06/29/declan-kelly-renuncia-como-chefe-da-teneo-apos-acusacao-de-ma-conduta-por-bebida.ghtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

GONÇALVES, G. **Ética das Relações Públicas.** Coimbra: MinervaCoimbra, 2013.

GURGEL, L. **CEO de agência global de relações públicas renuncia após escândalo de bebida e assédio.** Media Talk - UOL, 2021. Disponível em: <https://mediatalks.uol.com.br/2021/06/30/ceo-de-agencia-global-de-rp-renuncia-apos-es-candalo-e-cri-se-de-imagem/>, Acesso em: 19 jun 2023

KUNSCH, M. M. **Planejamento Estratégico de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** Editora Summus, 2003.

LUCA, A. D. **Estrela global de RP vive crise de imagem após se embriagar em festa e agência perde contas.** Disponível em: <<https://mediatalks.uol.com.br/2021/06/25/consultor-vive-cri-se-de-imagem-depois-de-s-e-embriagar-em-festa/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

MARQUES, A. C. S. Relações entre ética, moral e comunicação em três âmbitos da experiência intersubjetiva. in: **Comunicação e Filosofia**. Ano 17, 2009. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/338/295>. Acesso em: 01 jun 2023.

PRCA. **Ethics**, 2023. Disponível em: <https://www.prca.org.uk/campaigns/ethics>. Acesso em: 08 jul 2023.

PRSA. **PRSA Code of Ethics**, 2023. Disponível em: <https://www.prsa.org/about/ethics/prsa-code-of-ethics>. Acesso em: 07 jul 2023.

ROBBINS, T. **Ethics in Public Relations**. Burrelles, 2022. Disponível em: <https://burrelles.com/ethics-in-public-relations/>. Acesso em: 01 jul 2023.

ROSA, M. **A Era do Escândalo: Lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

**Teneo CEO Declan Kelly resigns after claims of drunken misconduct**. Disponível em: <https://www.theguardian.com/business/2021/jun/29/teneo-ceo-declan-kelly-resigns-after-claims-of-drunken-misconduct>. Acesso em: 01 jul 2023

**Teneo PR firm boss quits over drunken misconduct claims**. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/business-57656807> >. Acesso em: 29 jun. 2023.