

As Relações Públicas Humanizadas: Comunicação Amorosa e Complexa em tempos artificiais¹

Jóice Bernardo²

Maria Luiza Cardinale Baptista³

Universidade de Caxias do Sul – UCS

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar como os princípios das Relações Públicas Humanizadas, aliados à Amorosidade e à Complexidade, podem contribuir para a construção de vínculos mais autênticos em tempos marcados por relações artificiais. A pesquisa parte de uma abordagem qualitativa, através da estratégia metodológica Cartografia dos Saberes, a qual permite que o pesquisador percorra trilhas sensíveis e subjetivas. A fundamentação teórica é transdisciplinar, dialogando com Teorias da Comunicação, Sociologia e os estudos de Maturana sobre a Amorosidade. Assim, o texto problematiza a robotização dos relacionamentos e propõe-se a (re)pensar as práticas profissionais e sociais a partir de uma comunicação mais ética, afetiva e cidadã. A Amorosidade, entendida como aceitação do Outro em sua legitimidade, é vista aqui como condição para relações mais humanas no campo das Relações Públicas.

Palavra-chave: Relações Públicas; Comunicação Humanizada; Amorosidade; Cartografia dos saberes.

As Relações Públicas Humanizadas: o convite a partir da Complexidade

Para (Re)Pensar a Comunicação como campo de conhecimento, formação e prática profissional, entende-se que é importante conceituar antes o cenário: uma nova visão de mundo (e de Ciência) que é um convite: (Re)pensar a Comunicação junto ao pensamento complexo. Assim, parte do pressuposto desta pesquisa é a compreensão de que o universo e toda a matéria viva estão em constante mutação, assim como ressalta Morin (2005). Essa percepção alinha-se aos fundamentos do pensamento complexo que compreendem a existência como um processo dinâmico, relacional e em permanente

¹ Trabalho apresentado no GP28 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda e Mestra em Turismo e Hospitalidade no Programa de Pós-Graduação de Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Professora do Centro Universitário da Serra Gaúcha (FSG). Pesquisadora do Grupo de Pesquisas Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo e Autopoiese (CNPq-UCS). Email: joicessbb@gmail.com

³ Doutora em Ciências, pela Escola de Comunicações e Artes da USP, com Estágio Pós-doutoral no Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura do Amazonas (PPGSCA-UFAM). Coordenadora do Programa de Pós-Graduação de Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo e Autopoiese (CNPq-UCS). Editora científica das revistas Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade e Conexão – Comunicação e Cultura. E-mail: mlcbaptista@ucs.br

transformação. Assim como os sistemas vivos, os modos de comunicar e se relacionar também se modificam diante das demandas do tempo presente. Portanto, como as relações se transformaram, a profissão de Relações Públicas é convidada para (re)pensar, também, sua atuação.

O objetivo do estudo, portanto, é analisar como os princípios das Relações Públicas Humanizadas, aliados à Amorosidade e à Complexidade, podem contribuir para a construção de vínculos mais autênticos em tempos marcados por relações artificiais. Percebe-se assim, que ao longo da história, o foco das Relações Públicas passou por grandes transformações. De uma função meramente técnica, a serviço das práticas de manipulação de opinião pública, busca-se um caminho ético e transformador.

Portanto, diversos autores apostam na temática de uma reconstrução dos modos de viver. Kunsch (2007, p. 181) cita: “aqui se destaca a importância das Relações Públicas estarem diretamente envolvidas com a construção da cidadania, fixando a sua função social de práxis voltada para a transformação social”. A ressalva para “sua função social” relaciona-se diretamente com proposições desta pesquisa. Assim, entende-se que o profissional de relacionamentos deve utilizar as estratégias de comunicação para realmente “tornar comum”, ou seja, as práticas utilizadas devem ser amorosas, pautadas pela ética do cuidado, voltadas para o crescimento mútuo, para gerar o intercâmbio de informações e saberes.

Assim, a problematização deste estudo questiona relações robotizadas através do avanço da Inteligência Artificial. Se o relacionamento é uma das principais estratégias da área, questiona-se a escolha de sujeitá-lo a respostas automatizadas, por exemplo. Apesar dos ganhos inerentes à velocidade de produção de textos ou de busca de dados, a prática relacional e de interações precisa estar alerta para não se limitar a formatos/modelos pré-fabricados. Esse processo está muito ligado com a forma de relacionamento, conforme Baptista:

Para que sejam empreendidos processos comunicacionais com qualidade, é necessário que exista uma espécie de ‘contrato amoroso’. É preciso querer ‘estar no outro’, viajar para o território existencial do outro, a tal ponto de misturar-se e apreender um pouco dos seus universos de referência incorporais. É necessária a predisposição de abandonar-se, como território predefinido, em ‘viagem’, em direção ao Outro, seja a outra pessoa, a sociedade, o outro lugar. (Baptista, 2014, p.104).

Esse contato amoroso citado por Baptista (2014) faz referência à atuação do Relações Públicas em relação aos valores da marca e o relacionamento com seu consumidor. Usa-se a expressão “tempos artificiais” no título desse texto porque vivemos uma era marcada pela aceleração tecnológica, pela automatização dos vínculos e pela superficialidade das interações. Nessa lógica, as relações tendem a ser mediadas por algoritmos, filtros e padrões pré-programados, o que, muitas vezes, fragiliza o reconhecimento da alteridade e a escuta genuína. Em certos sentidos, ganha-se em velocidade, mas perde-se em intensidade e densidade nas relações e na qualidade das produções.

Assim, para pensar as Relações públicas Humanizadas, propõem-se além da Complexidade, também a conexão com a Amorosidade. Neste texto, aborda-se o Amor como atitude social, conforme cita Maturana (1998, p.23): “amorosidade é a aceitação do outro como legítimo outro na convivência”. Ou seja, a preocupação amorosa com o próximo é designada por ações guiadas pela empatia, compartilhamento, cooperação, tolerância e principalmente, pelo acolhimento do outro como sujeito complexo e diferente de nós mesmos.

Em síntese, a abordagem do amor nas relações empresariais e comunicacionais sustenta a importância de profissionais que acreditam na aceitação das diferenças e na união de esforços para a construção de um viver coletivo e com maior qualidade de vida. Portanto, a partir desse estudo entende-se que a área de Relações Públicas está em mudança também, o que sinaliza para o imenso potencial da profissão e da área de estudos. A abordagem tem caracterizado os estudos do Amorcomtur!, Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese, com com proposições epistêmicas de profundidade, para repensar as relações e a Comunicação no Mundo Novo.

Referências

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação. **Questões Transversais: Revista de Epistemologias da Comunicação**, São Leopoldo, v. 3, n. 1, p. 1–10, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/9625>. Acesso em: 01 jun. 2025.

KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007

LEMONS, Else Inácio Pereira. Pós-disciplinaridade e reflexividade: desafios e oportunidades para a pesquisa em Relações Públicas. In: **Anais do XXVI Encontro Anual da COMPÓS**, São Paulo, 2017. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2017/trabalhos/pos-disciplinaridade-e-reflexividade-desafios-e-oportunidades-para-a-pesquisa-em>. Acesso em: 21 jun. 2025.

MATURANA, Humberto. **A ontologia da realidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.