

---

**O Papel Ético das Relações Públicas na Desordem da Informação:  
um caminho para a descolonização do olhar**

**The Ethical Role of Public Relations against Misinformation:  
a path towards decolonization of the gaze**

Liliane COSTA<sup>47</sup>  
André TROPIANO<sup>48</sup>

**RESUMO**

Este artigo propõe um caminho de reflexões sobre o papel ético de Relações Públicas por uma perspectiva decolonial. Apresentam-se dilemas e questões ligadas ao fenômeno da desordem da informação e inclusão social de pessoas nos diversos espaços sociais. Por fim, propõe-se a percepção da profissão a partir de aspectos críticos que se distanciam da lógica capitalista e vinculam uma visão humanizada da prática profissional para transformação social.

**PALAVRAS-CHAVE**

Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Ética; Responsabilidade Social; Perspectiva Decolonial.

**ABSTRACT**

This article proposes a path of reflections on the ethical role of Public Relations from a decolonial perspective. It presents some dilemmas related to the phenomenon of information disorder and social inclusion of people in social spaces. Finally, it proposes a perception of the profession based on critical aspects that distance themselves from capitalist logic and link a humanized vision of professional practice for social transformation.

**KEYWORDS**

Public Relations; Organizational Communication; Ethics; Social Responsibility; Decolonial Perspective.

---

<sup>47</sup> Estudante do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM); e-mail: [costa.p.liliane@gmail.com](mailto:costa.p.liliane@gmail.com)

<sup>48</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM); e-mail: [rtropiano@gmail.com](mailto:rtropiano@gmail.com)

---

## INTRODUÇÃO

A natureza social e política do homem aprofundou, ao longo da história do pensamento humano, reflexões acerca das questões éticas, que envolvem concepções de bem-estar. De origem grega, *ethos*, que em tradução livre designa o “costume”, ou o “modo de ser”, o conceito, que na Antiguidade se inseria nas idealizações da filosofia do povo grego, envolve, na contemporaneidade, as questões relacionadas aos processos comunicativos e, conseqüentemente, as relações públicas.

A ética nas relações públicas e a responsabilidade nas organizações são temáticas que possuem relevância na contemporaneidade. Isto porque sua importância se dá ao passo em que se compreende que as organizações possuem através de seu poder decisório, a capacidade de “afetar o cotidiano da sociedade, modificando o ambiente onde estão localizadas.” (FUENTE; REIS, 2017, p. 9). Desta forma, realiza-se uma breve reflexão sobre a Ética e a Responsabilidade Social a partir da perspectiva das Relações Públicas e como estas concepções se aplicam na prática da profissão.

O artigo estrutura-se em três partes. Na primeira parte, realizaremos a elucidação de algumas concepções sobre ética ao longo da história do pensamento humano, relacionando-as, especialmente, aos processos de comunicação. Na segunda parte, iremos aprofundar os conceitos de ética e responsabilidade social nas relações públicas e o fenômeno da desordem da informação, bem como discutiremos dois casos repercutidos nas mídias sociais, da Magazine Luiza e da Hapvida e Sikêra Jr, respectivamente. Por fim, na terceira parte propomos o pensamento ético através de uma práxis decolonial, de forma que a prática se estabeleça a partir de uma visão mais humanizada.

### 1. AFINAL, O QUE É ÉTICA?

Sabemos que a ética se trata de um princípio fundamental na formação social de qualquer indivíduo. Apesar de sua importância, sabemos também que se trata de uma concepção complexa e que ao longo da história do pensamento humano foi e continua sendo constantemente objeto de estudo e reflexão.

---

De origem grega, a palavra *ethos* significa o “modo de ser”, ou o “costume”. E desde a Antiguidade, a Ética insere-se no cerne da filosofia grega. Para Platão, a Ética transcende o mundo físico e está vinculada à ideia de justiça, de verdade e sobretudo à “ideia de Bem.” A ética platônica visa como fim último, à felicidade. No seu cerne está a “ideia de Bem” ou o “sumo Bem”, ou seja, a forma perfeita, essencial, eterna e imutável do Bem, que deveria ser alcançada no Mundo das Ideias mediante o uso da razão e da dialética (PLATÃO, 2008, apud BREVIGLIERI, s/d, p. 5).

Para o filósofo, as *ideas* são valores. Portanto, a “*idea* de Bem” pode ser entendida como o valor moral. Na República platônica, a Ética corresponde às ações políticas nas cidades-estados. Já na Modernidade, a Razão se torna central na discussão filosófica. Neste ponto, Kant fundamenta a Ética a partir da Razão humana. Na ética kantiana as ações humanas são constituídas no dever e, portanto, baseados na deontologia, ou seja, “fundado nas normas e nos deveres de uma ação considerada em si mesma” (BREVIGLIERI, s/d, p. 15).

Kant desenvolveu o que conhecemos por Imperativo Categórico, um dos seus principais conceitos para analisar as ações e condutas humanas, como o dever moral que abrange a todos os indivíduos. Neste conceito, as ações humanas possuem finalidades em si mesmas, ou seja, os objetivos ou interesses próprios não se justificam nas ações; relaciona-se um querer a uma vontade advinda da razão. Sendo então “condição de possibilidade para que possamos atribuir a um ser racional e sensível uma vontade e, com ela, razão prática.” (HERRERO, 2001, p.28)

Na contemporaneidade, observamos a ênfase da linguagem e o uso desta no pensamento filosófico. Jürgen Habermas, filósofo e sociólogo alemão, membro da Escola de Frankfurt, analisa a comunicação como um fator importante para a Ética do discurso, na qual “a racionalidade e a argumentação deveriam guiar os seres humanos no processo de decisão daquilo que faz sentido e daquilo que aceitam como correto para suas vidas.” (SELLA; MÜLLER, 2011, p. 182)

Conforme Habermas, a Ética do Discurso tem como pressupostos a comunicação e o diálogo para que a Razão a partir de um consenso seja alcançada, ou seja a Razão Comunicativa. Em outros termos, a validação das normas que orientam os grupos sociais surge a partir de uma questão conflituosa, onde os indivíduos divergem uns dos outros, por exemplo. Esta questão, por sua vez, levará esses indivíduos a discutirem suas divergências através do diálogo. E

---

consequentemente chega-se ao consenso através de um entendimento mútuo, quando se estabelece a Razão Comunicativa.

No Agir Comunicativo e na Ética do Discurso de Habermas a comunicação gera o mútuo entendimento entre os pares através da linguagem. Conforme Boufleuer e Gagliardi (2005, p. 10), Habermas compreende que as idealizações dos discursos “estão apoiadas no parâmetro da crítica, sua evolução se dá em mantermos critérios com base na verdade e na ética, possibilitando avançarmos linguística e comunicativamente.” Essa teoria possui forte impacto na área de Comunicação e nas Relações Públicas, pois trata de um pensamento que envolve, sobretudo, a interação e o entendimento entre indivíduos, abarcando também algumas questões fundamentais nestas áreas de conhecimento.

Os processos comunicacionais, estabelecidos através da linguagem, que envolvem questões ético-morais são constituídos a partir de três perspectivas intersubjetivas que orientam as práticas de interações entre indivíduos cotidianamente. Conforme Angela Marques (2009), esses processos pressupõem a troca argumentativa alicerçada no ampliamto de percepções particulares através da consideração da perspectiva do “outro”; na busca da autorrealização dos indivíduos através do reconhecimento social recíproco; e, por fim, na produção, por meio de representações midiáticas, que fomentam e estimulam sentimentos morais direcionados para o “outro”, atuando não apenas na constituição de identidades subjetivas, mas, sobretudo no constante desenvolvimento de ideias que envolvem o reconhecimento de narrativas e identidades distintas e plurais. Sendo assim, a autora explica que “a luta por reconhecimento, além de ser um processo de aprendizagem social é, no contexto mediático, um potencializador de demandas por inclusão de identidades desvalorizadas e tidas como “desviantes” de um padrão normativo amplamente aceito.” (MARQUES, 2009, p. 63).

Nesse contexto, a ética discursiva conecta percepções éticas subjetivas, por meio do uso racional da linguagem, da discussão independente de coerções de quaisquer naturezas, às questões do ponto de vista moral, ou seja, dos interesses e necessidades daqueles que constituem a sociedade. Marques (2009) propõe que a relação entre as perspectivas ético-morais que envolvem os processos de comunicação sejam estabelecidas a partir da reformulação dos vínculos intersubjetivos, de forma que a resolução de conflitos possa unificar e atender às demandas coletivas sem que as diferenças e particularidades dos sujeitos sejam suprimidas.

---

## 2. A ÉTICA NAS RELAÇÕES PÚBLICAS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

As sociedades contemporâneas experimentam mudanças sociais, econômicas e políticas cada vez mais constantes. Observamos, por exemplo, que o uso das tecnologias de informação e comunicação se tornou primordial para a realização de atividades cotidianas como a execução de transações financeiras através das plataformas *fintech*, ou a utilização intensificada das mídias sociais como forma de interação entre os indivíduos, tornando-os mais conscientes dos seus direitos e deveres e mais envolvidos nas questões que cercam sua realidade.

Diante dessas perspectivas, a Ética deixa de ser uma questão refletida apenas na filosofia e passa a ter enfoque em outras esferas do conhecimento. A Comunicação Organizacional e as Relações Públicas possuem caráter estratégico e influência na construção da opinião pública, passando a centralizar discussões em torno da ética e da responsabilidade social das organizações no cenário contemporâneo.

O fato de profissionais de comunicação, e de RP em especial, terem um enorme poder na construção da opinião pública é razão, mais do que óbvia, para tornar estas questões interessantes. E apesar do grau deste poder ser alvo de várias interpretações é consensual afirmar que a comunicação política, a comunicação corporativa, a comunicação financeira ou as estratégias de *lobby* contribuem, sem sombra de dúvida, para dar forma à sociedade contemporânea. (GONÇALVES, 2007, p. 6).

No Brasil, o papel de destaque e reconhecimento público da profissão de RP traz imensa responsabilidade para sua atuação. As Relações Públicas figuram como a única profissão regulamentada da área de comunicação, disciplinada pela Lei nº 5.377, de dezembro de 1967, e regida pelo Decreto nº 63.283, de 26 setembro de 1968.

Sobre a deontologia do profissional de RP, Clóvis de Barros Filho (2004) apresenta uma pesquisa em que identifica um discurso moral dos profissionais e sua relação com o Código de Ética. A partir dos resultados, reflete-se sobre esta categoria através dos discursos dos entrevistados: a transparência é a temática constantemente referenciada pelos profissionais quando se trata de seu ofício, ou seja, de como deve ser pautada a conduta profissional de relações públicas. Entretanto, o autor considera que as relações não são naturalmente

---

transparentes, pois estruturam-se em espaços sociais - como as empresas, por exemplo - que por sua vez, suscitam conflitos de desejos, ou interesses próprios.

Assim, toda empresa é mais do que simplesmente um espaço funcional de produção de bens ou de prestação de serviços. É também um espaço de conflito. Seus integrantes não querem, necessariamente, ao agir, atingir objetivos comuns. Não lutam pela eficácia do sistema, mas pela satisfação de seus próprios apetites. Sem atos interessados não haveria troféus, nem campos sociais. (BARROS FILHO, 2004, p. 103)

A partir destas reflexões, Barros Filho (2004) afirma, portanto, que o discurso sobre a transparência no contexto das organizações concerne uma questão conflituosa em razão da confiança em sua possibilidade e em sua crença como um valor inerente. Esta ideia de garantia de circulação e difusão de informações irrestritamente, na qual muitos profissionais de RP creditam seus ofícios, determina além da norma deontológica e do discurso identitário destes profissionais, a adesão de dogmas e crenças fundamentais, “a *illusio*<sup>49</sup> garante a reprodução do óbvio enquanto objetos dignos de luta e quanto limites práticos morais para alcançá-los” (BARROS FILHO, 2004, p. 110)

Desta forma, o engajamento de grande parte dos RP em seu reconhecimento a partir de valores, como a transparência e circulação de informações pode originar-se ainda da necessidade de autonomia do próprio campo das relações públicas e a representação das suas especificidades, diferindo-se de outros âmbitos, como a administração, por exemplo. Emerge, sobretudo, uma visão crítica das atividades que abarcam as relações públicas e a instância de um discurso identitário comum e legitimador aos profissionais. A ética, por meio da comunicação dialógica com os diversos públicos, se torna fundamental para que as organizações sejam valorizadas em um mercado cada vez mais competitivo. Seja através de políticas mais inclusivas, ou por meio do fortalecimento de áreas que promovem mais transparência em seus processos internos ou administrativos.

Nesse sentido, podemos citar alguns exemplos de empresas cujas ações refletem seu papel social. A empresa Magazine Luiza, do setor de varejo multicanal, desenvolveu o primeiro

---

<sup>49</sup> Conceito relacionado à obra de Pierre Bourdieu que pode ser compreendido como o conhecimento prático que norteará as ações dos agentes nas relações sociais. No texto, Barros Filho (2004) associa as relações sociais e os interesses dos agentes a um jogo e suas regras. A *illusio* seria então o conjunto de regras, ideias que determinarão as práticas dos sujeitos.

programa de *trainee* exclusivamente para pessoas negras (CATRACA LIVRE, 2021). A empresa possui 53% de seu quadro de colaboradores autoidentificados como pardos e negros, no entanto apenas 16% ocupam cargos de liderança ou gestão. Esta realidade despertou para que juntamente com o Instituto Identidades do Brasil, a Faculdade Zumbi dos Palmares e o Comitê de Igualdade Racial de Mulheres do Brasil, a empresa desenvolvesse o processo seletivo. Com esta ação, a organização utiliza de seu poder de influência para promover ações inclusivas e levar diversidade racial para cargos de liderança. Diante de exemplos como o da Magalu, além de perceber a preocupação das organizações com seu papel social, é notável também a forte presença das atividades executadas e a necessidade que sejam pensadas pelas relações públicas em sua gestão estratégica.

### **2.1. Responsabilidade Social e Desordem da Informação**

O tema da responsabilidade social, que está diretamente relacionado à ética, se torna cada vez mais importante no contexto organizacional. As organizações contemporâneas passam a perceber seu papel para além de sua produtividade e desenvolvimento econômico. Conforme Kunsch (2003, p. 133), “as organizações descobrem que sua missão não é apenas produzir e prestar serviços em função de um balanço contábil/econômico, mas que têm de pensar também no balanço social.” Desse modo, observamos uma maior preocupação das organizações em se posicionar diante dos seus públicos de interesse. Torquato (2015, p. 216) afirma que “o desafio de colocar mais ética no mundo dos negócios passa, necessariamente, pela preocupação com o consumidor.”

A Responsabilidade Social nas organizações passa a exercer uma função importante. A relação entre organização, públicos e sociedade deixa de ter enfoque apenas na geração e maximização do lucro e passa a ser vista a partir do compromisso destas organizações com o bem comum, com os interesses coletivos. As relações públicas atuam na conscientização das organizações sobre a responsabilidade com a sociedade, com o papel social que é executado por estas, permitindo que suas ações não as isolem no contexto social no qual estão inseridas (KUNSCH, 2018, 2003).

Outro fator a ser destacado nesse contexto é a crescente demanda por modelos de comunicação mais transparentes e humanizados entre organização e públicos. Kunsch (2018)

---

afirma que para atender às necessidades das sociedades contemporâneas, é necessária uma gestão estratégica de comunicação em que canais dialógicos possam ser abertos entre organização, públicos e opinião pública. Desta forma, valorizando a dimensão social das organizações ao mesmo tempo em que fortalece sua imagem institucional.

Entretanto, devemos refletir alguns dilemas e questões que se sucedem e se relacionam diretamente às relações públicas sob a perspectiva da ética e da responsabilidade social. Talvez uma das questões mais frequentes que ocorrem no contexto organizacional é o que Torquato (2015) denomina de dissonância cognitiva, na qual se tem um desacordo entre a imagem pública de uma organização e sua identidade, regida pelos valores éticos.

Nessa seara um dos grandes problemas que tem mobilizado a área de comunicação e a sociedade em geral é o combate a desinformação o que comumente é associado ao termo *fake news*. Claire Wardle (2020) aponta que vivemos sob o fenômeno da desordem da informação que reúne sobre esta definição os diferentes tipos de dinâmicas prejudiciais a difusão de informação nos nossos tempos: *mis-information*, *dis-information* e *mal-information*. A primeira classificação, *mis-information*, fala sobre a informação falsa compartilhada sem a intenção de prejudicar. A *dis-information* diz respeito a uma informação falsa compartilhada para prejudicar. A *mal-information* trata de uma informação verdadeira compartilhada que possa causar prejuízo, como em casos de vazamento de informação (WARDLE, 2020).

O fenômeno da desordem da informação desafia o nosso agir ético e a importância de assegurar boas informações para o público. Em geral, as pessoas-alvo de ações maliciosas são pessoas socialmente vulneráveis. Tomemos como exemplo uma empresa que se afirma diante da opinião pública como aliada a lutas que envolvem pautas de grupos minoritários contra a opressão de certos sistemas. Ao mesmo tempo, essa mesma empresa patrocina um programa televisivo de grande repercussão que apresenta discursos que violam direitos destes mesmos grupos. Ou seja, existe uma dissonância cognitiva, em que fala e prática, imagem e identidade estão em desacordo, invalidando totalmente seu discurso.

Um exemplo categórico que chama atenção neste aspecto é o da operadora de serviços de saúde Hapvida, que ao fazer uma publicação comemorando o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+ em seu perfil no *Twitter*, recebeu uma série de críticas dos usuários, entre eles o ex-deputado Jean Wyllys por ser uma das patrocinadoras do programa ‘Alerta Nacional’, de



---

Sikêra Jr. (O POVO, 2021). O apresentador possui um discurso violento contra diversas pautas humanitárias, destilando discurso de ódio contra pessoas negras, LGBTQIA+, pessoas com deficiência etc. Sikêra Jr. é reconhecidamente um agente de desinformação que propaga todo tipo de informação falsa e está disponível diariamente na televisão aberta brasileira. Na situação em que foi confrontada, a empresa Hapvida suspendeu o patrocínio ao programa, porém muitas outras ainda mantêm seus apoios e se colocam nessa arena de informações falsas e violentas.

A sociedade civil organizada tem ganhado, a partir das mídias sociais, um papel importante no combate a desinformação. Como exemplo disso, Magalhães, Cruz e Vale (2021) apontam o movimento Sleeping Giants Brasil como importante catalisador do ativismo para desmonetizar agentes de desinformação nas mídias. Sikêra Jr. foi um dos alvos de campanha de desmonetização do grupo, que tem denunciado casos como esse, buscando alertar empresas que financiam ações e personalidades que atuam na disseminação de desinformação. Ainda que essas campanhas venham acontecendo, é preciso que a sociedade se empodere e perceba o quão nocivos são manter essas pessoas com seus discursos de ódio e desinformação que alimentam a violência e a separação social, quando deveríamos estimular paz, união e igualdade.

Destacamos que a manutenção desse tipo de programa coloca toda a credibilidade das organizações envolvidas na produção, bem como de seus apoiadores e patrocinadores. Muitas empresas acabam por negligenciar uma tomada de atitude em relação a esses discursos, o que esvazia a pauta de inclusão social e temos a sensação de que o interesse por trás de “ações inclusivas” é fundamentado exclusivamente como finalidade lucrativa. É preciso que as organizações se responsabilizem com a verdade, com ações que objetive apenas uma imagem institucional positiva, mas também uma ferramenta estratégica e dialógica que permita que as empresas e a sociedade prosperem mutuamente. (PERUZZO, 2021).

Sem um compromisso com a verdade e com a vida em sua diversidade não haverá transformação. Nesse sentido, Peruzzo (2021) reflete sobre a importância de haver mudanças sobre os papéis que as organizações exercem na sociedade e sobre a maneira com que suas ações são pensadas internamente. Estas mudanças devem acontecer não apenas de forma superficial, mas principalmente na própria cultura organizacional e suas práticas. Devemos pensar para além das riquezas, produtividade e lucratividade, afinal “a responsabilidade é de todos e os ganhos são de todos também.” (PERUZZO, 2021, p. 287).

---

Esses desafios sugerem que como profissionais que realizam este processo de comunicação e relacionamento entre as organizações e seus públicos, devemos sempre nos posicionar atentos aos princípios éticos que regem as relações públicas, que por sua vez, originam-se a partir dos nossos princípios éticos como nas esferas individual e coletiva, afinal, a prática profissional age direta e indiretamente no contexto social.

### **3. RE-PENSAR A ÉTICA, DESCOLONIZAR A PRÁXIS**

A partir dessas reflexões, há que se dar relevo às condições sociais e políticas do país na atualidade, em que se observa a necessidade de transformações estruturais na forma com que convivemos. Agir de maneira ética é fazer política, abrir espaços de diálogo e de transformação social que combatem a desordem da informação. Nessa linha, o desenvolvimento do capitalismo global em sua face neoliberal traz ainda mais desafios para a sociedade em manter a condição humana. Os efeitos da globalização podem ser percebidos principalmente nas margens e periferias do mundo, a qual estamos inscritos no Sul Global.

O pensamento decolonial surge a partir da modernidade e colonialidade, como uma forma de luta e da resistência dos povos latino-americanos contra as formas de poder impostas pelas sociedades capitalistas. O pensamento decolonial existe e resiste há mais de 500 anos e só é possível a partir do reconhecimento da própria colonialidade.

A decolonialidade como conceito constitui-se pela existência da colonialidade, e ambas estão ocultadas pela modernidade, que exerce um poder ilusório dentro de um sistema-mundo moderno capitalista. Assim, a decolonialidade atua como luta e resistência contra as colonialidades impostas aos grupos subalternos e contra o padrão de poder, e a sua teorização se dá a partir da construção alternativa à modernidade eurocêntrica, tanto no seu projeto de civilização quanto em suas propostas epistêmicas. (OLIVEIRA; LUCINI, 2021, p. 107)

Sendo assim, pensar a decolonialidade se coloca como uma necessidade de combater as violências impostas ao longo dos tempos, inclusive os silenciamentos epistêmicos investidos pela própria ciência. Por isso, entendemos que é importante pensar a realidade a partir das desigualdades profundamente enraizadas no nosso cotidiano em termos de raça, gênero e classe,

---

trazendo a voz de pessoas pensadoras e teóricas historicamente subalternizadas na academia eurocêntrica. Dessa forma, propomos pensar uma ética decolonial da atividade de relações públicas, a partir de Almeida (2018), Ribeiro (2017), Krenak (2019) e Mbembe (2018), em diálogo com Peruzzo (2021) e Rocha Moraes e Galvão (2019).

Uma das questões que é fundamental que seja consensual é a percepção de realidade, que é profundamente marcada pelas desigualdades sociais. Essas relações desiguais e extremamente hierarquizadas têm seus contornos acentuados por essa sociedade ocidentalizada que vive e se privilegia das marcas deixadas pelo genocídio dos povos indígenas e pela escravização de pessoas negras trazidas da África. Por isso, nossa sociedade se defronta cotidianamente com o racismo estrutural (ALMEIDA, 2018) que decompõe as instituições públicas, enfraquece a democracia e desfavorece a promoção de igualdade de oportunidades.

Essas marcas revelam as sociabilidades violentas que atravessam determinados corpos sociais, tais como negros, indígenas, mulheres, pobres, pessoas com deficiência, pessoas LGBTQIA+ entre outros grupos minorizados. Diante dessa conjuntura, cada vez mais latente e cheia de confrontos públicos, as organizações precisam se inserir em um contexto que não admite mais formas de opressão. Não há democracia enquanto houver pessoas sub-humanizadas, que não conseguem viver de maneira digna.

Colocando-se a partir do ponto de vista do sujeito implicado nessa realidade é que notadamente é colocada em prática a necropolítica, uma política de morte (MBEMBE, 2018). Na esteira da necropolítica, não há um desprezo dos governos brasileiros e de grande parte das corporações aqui instauradas pela pobreza, mas sim pelo sujeito negro e pobre. Assim se constroem nas mais variadas esferas, discursos que criminalizam o ser humano, invisibilizam a capacidade humana transformadora, criativa e fundamental para que possamos viver um presente e um futuro de bem-viver.

Nessa conjuntura social, política, econômica, cultural, a própria ciência tem tomado um caminho diferente, que não se coloca como remédio ou solução tópica, mas se dispõe a abrir ao diálogo e em relação com a sociedade pensar e refletir alternativas ao que tem se materializado como extermínio da existência humana. Uma das formas que se tornam prementes no debate social acerca da ética como con-viver, bem-viver é valorizar e adotar um pensamento decolonial, que subverta a lógica da exploração do capital pelos resultados de lucro para poucos.

---

Nesse sentido, o filósofo indígena Ailton Krenak (2019) é uma das vozes que ecoam por uma perspectiva de dias melhores, em que as pessoas e seres vivos possam conviver em harmonia com a natureza. A cooperação entre os povos que assume o rastro de destruição causado pelo que foi feito até hoje e alerta à solidariedade com os povos nativos nas diferentes regiões do mundo, deve ser premissa para o despertar e adiar a marcha fúnebre planetária.

Sentimos insegurança, uma paranoia da queda porque as outras possibilidades que se abrem exigem implodir essa casa que herdamos, que confortavelmente carregamos em grande estilo, mas passamos o tempo inteiro morrendo de medo. Então, talvez o que a gente tenha de fazer é descobrir um paraquedas. Não eliminar a queda, mas inventar e fabricar milhares de paraquedas coloridos, divertidos, inclusive prazerosos. (KRENAK, 2019, p. 31)

A partir de Krenak, entendemos que a vulnerabilidade, a conscientização das limitações humanas em lidar com tamanhas atrocidades deve dar espaço ao bem-viver, a criatividade, a solidariedade, ao entendimento de que existem outras formas de vida que não contemplam o lucro, o mercado. Aceitar o outro, a diferença é criar espaços para a inventividade, para a descoberta e para a convivência harmoniosa e proveitosa do tempo limitado que vivemos na Terra. Ele também destaca que a sua preocupação não é com seu povo, que resistiu aos sucessivos genocídios ao longo da história, mas principalmente com o homem branco, que tem insistido num modelo de vida que destrói a todos.

A partir disso, reflete-se a importância de criar espaços e oportunidades para que pessoas subalternizadas falem e sejam ouvidos. Uma verdadeira inclusão deve parar a política de silenciamento imposta ao longo dos séculos a determinados grupos, assegurando que o lugar de fala (RIBEIRO, 2017) de subalternidade, deixam à mostra uma maneira de ser, pensar e dialogar com as práticas sociais e culturais sob um viés singular que fala, deixa falar e se faz ouvir. A diferença, o “outro” não deve ser visto, observado, utilizado como fetiche do mercado, da representação vazia de significação, mas entendidos em sua potência e oportunizando em comunidade que se faça uma plena existência humana.

Iniciativas profissionais que se colocam num espaço de disputa narrativa, que valoriza a cultura e a história afro-brasileira e indígena são fundamentais nesse processo de mudança de olhar. Podemos citar como exemplo, o coletivo RPretas (ROCHA, MORAES e GALVÃO,

---

2019), iniciativa de três mulheres negras relações-públicas, que atuam no empoderamento de artistas, negócios, influenciadores negros e periféricos por meio da comunicação. É uma forma de escrever e inscrever novas narrativas sob um olhar de si mesmo, levando a filosofia conhecida como “nós por nós”.

Dessa forma, reflete-se que a abertura à uma práxis ética da pessoa relações-públicas perpassa por uma nova forma de se inscrever na sociedade, não mais a serviço do capital (PERUZZO, 2021, 1986), em defender os interesses das organizações, desprezando a cultura, as formas de vida, o conviver. Ao descolonizar, é preciso olhar para o trabalho não mais como resultado produtivo, mas como fonte de enriquecimento cultural e social. Essa forma de entender não deve estar restrita ou circunscrita às organizações do terceiro setor ou aos movimentos sociais, pois as empresas precisam assumir sua responsabilidade de maneira plena.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através das reflexões sob a égide do que se entende por ética, abordamos algumas questões incorporadas aos aspectos que envolvem os processos de comunicação e relacionamos aos desafios da prática das Relações Públicas que influenciam diretamente a coletividade. Desta forma, consideramos a perspectiva crítica dos discursos referentes aos ofícios profissionais e o entendimento da profissão distanciado da lógica capitalista das sociedades neoliberais.

Pensar as Relações Públicas inseridas em práticas cidadãs que cumpram o seu papel com o interesse público se torna cada vez mais um debate central para profissionais, acadêmicos e pesquisadores. É cada vez mais importante inserir os debates sobre desordem da informação em todas as profissões da comunicação, para que seja garantida a circulação fidedigna de informações na sociedade. Em muitos momentos, esses profissionais se defrontam com dilemas e conflitos sobre o agir socialmente responsável, que muitas vezes coloca em xeque os interesses das organizações as quais representam. Refletimos, assim, que só poderemos construir uma realidade mais igualitária, se todos os cidadãos estiverem engajados na luta de inclusão das diversas vozes pelas transformações sociais.

Dessa forma, entendemos que é preciso pensar nas relações públicas, principalmente no Sul Global, a partir de uma visão decolonial e não apenas como um instrumento para que as

organizações construam imagens positivas perante a opinião pública e, conseqüentemente, obtendo a maximização dos lucros e a manutenção das relações coloniais. Uma visão ética decolonial possibilita ao profissional construir o valor do entendimento entre as partes, ou seja, possibilita ao profissional de RP agir na construção de um cenário social em que os interesses coletivos sejam priorizados e o diálogo seja a ponte para uma nova realidade possível.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, S. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- BOUFLEUER, J.; GAGLIARDI, A. Concepções e práticas em relações públicas: perspectivas de um agir comunicativo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. XXVIII, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ, 2005, p. 1-15
- BRASIL. **Lei nº 5.377, de 11 de dezembro, de 1967.** Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1950-1969/15377.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/15377.htm). Acesso: 10 de ago. de 2022.
- BRASIL. **Decreto nº 63283, de 26 de setembro de 1968.** Aprova o Regulamento da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1950-1969/D63283.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/D63283.htm) Acesso em: 10 ago. 2022.
- BARROS FILHO, C. Anulação do desejo na moral da transparência: um ensaio sobre ética nas relações públicas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.1, n. 1, p. 100-116, São Paulo, maio 2004.
- BREVIGLIERI, H.. **Princípios básicos da ética.** S/d. p. 1-28.
- FUENTE, A. M. L.; REIS, J. C. O papel estratégico da Comunicação na construção e manutenção da reputação organizacional: uma proposta de alinhamento entre organizações e públicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 11, 2017, Belo Horizonte, **Anais.** [...] Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.
- GONÇALVES, G. Ética das relações públicas. A falta de responsabilidade social nos Códigos Éticos de Relações Públicas. In: Congresso da International Association for Media and Communication Research. IX, 2007, Paris. **Anais...** Paris, p. 1-29.
- HAPVIDA suspende patrocínio de Sikêra Jr. Por homofobia. **O Povo.** 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/economia/2021/06/28/hapvida-suspende-patrocínio-a-sikera-jr--por-homofobia.html> Acesso em: 10 de ago. de 2021.
- HERRERO, F. J. A Ética de Kant. **Síntese.** Belo Horizonte, v. 28, n. 90. p. 17-36, 2001. Disponível em: <http://www.faje.edu.br>.
- KRENAK, A. **Ideias para adiar o fim do mundo.** Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2019.
- KUNSCH, M. M. K. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 33, p. 13-24, 2018.
- KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

- 
- MAGALHÃES, M., CRUZ, M. e VALE, K. #Desmonetizasikera: o net-ativismo na campanha dedesmonetização contra o discurso de ódio na televisão. **Discursividades**, v. 8, n. 1, p. 122-153, 2021.
- MAGALU abre programa de trainee exclusivo para pessoas negras. **Catraca Livre**. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/carreira/magalu-abre-programa-de-trainee-exclusivo-para-pessoas-negras/> Acesso em: 09 de ago. de 2021.
- MARQUES, A. As relações entre ética, moral e comunicação. **LOGOS**, 31, v. 17, Rio de Janeiro, 2009.
- MBEMBE, A. **Necropolítica**. 3. ed. São Paulo: n-1 edições, 2018.
- OLIVEIRA, E. S. ; LUCINI, M. . O Pensamento Decolonial: Conceitos para Pensar uma Prática de Pesquisa de Resistência. **BOLETIM HISTORIAR** , v. 8, p. 97-115, 2021.
- PERUZZO, C. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo: Summus, 1986.
- PERUZZO, C. Cidadania nas organizações empresariais: provocando reflexões sobre respeito à diversidade. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação** [online], v. 44, n. 2, p. 275-290, 2021.
- RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.
- ROCHA, L.; MORAES, M.; GALVÃO, P.. Coletivo RPretas: a comunicação como ferramenta para reconstruir e evidenciar narrativas negras. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO CIDADÃ, 14., 2019, Niterói. **Anais** [...]. Abpcom: Niterói, 2019.
- SELLA, A. C.; MÜLLER, M. C. É possível a Ética do Discurso de Habermas para pessoas com deficiência? **Revista Brasileira de Educação Especial**, v. 17, p. 181-194, 2011.
- TORQUATO, G. **Comunicação nas organizações**: empresas privadas, instituições e setor público. São Paulo: Summus, 2015.
- WARDLE, C. **Para entender a desordem informacional**. First Draft, 2020. Disponível em: [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW\\_PTBR.pdf?x76851](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x76851). Acesso em 09 jun. 2022.