**Claudia Nociolini
Rebechi**

Universidade Tecnol-
ógica Federal do Paraná
(UTFPR)

**As relações públicas e
a racionalização do trabalho:
uma perspectiva
histórica brasileira**

**The public relations and the
rationalization of the work:
A Brazilian historical
perspective**

**Las relaciones públicas y la
racionalización de los
trabajos: una perspectiva
histórica brasileña**

RESUMO

Este artigo propõe-se a apresentar elementos históricos que demonstram a legitimação da atividade de relações públicas, no Brasil, atrelada ao contexto do processo de racionalização do trabalho ocorrido na primeira metade do século XX. Sob esta égide, o Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT) mostrou-se fundamental na difusão dessa atividade, sobretudo nos anos 1950 e 1960. Trata-se de uma pesquisa de doutorado, cujo percurso metodológico incluiu um amplo levantamento de documentos primários disponíveis em acervos no país. Palavras-chave: relações públicas, história, racionalização do trabalho, IDORT.

ABSTRACT

This article proposes to present historical elements that demonstrate the legitimacy of the public relations activity in Brazil, linked to the context of the the process of rationalization of the work that occurred in the first half of the 20th century. Under this aegis, the Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT) was instrumental in the diffusion of this activity, especially in the 1950s and 1960s. It is a doctoral research whose methodological path included a broad survey of available primary documents in collections in the country.

Keywords: public relations, history, rationalization of the work, IDORT.

RESUMEN

Este artículo tiene la intención de presentar los elementos históricos que demuestran la legitimidad de la actividad de relaciones públicas en Brasil relacionado con el contexto del proceso de la racionalización de trabajo se produjo en la primera mitad del siglo XX. En este marco, el Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT) resultó ser decisivo en la difusión de esta actividad, sobre todo en los años 1950 y 1960. Se trata de una investigación doctoral, cuyo enfoque metodológico incluyó un amplio estudio de los documentos primarios disponibles colecciones en el país.

Palabras chave: relaciones públicas, historia, racionalización del trabajo, IDORT.

Submissão: 15-1-2017

Decisão editorial: 17-12-2018

Introdução

A gênese da atividade de relações públicas no Brasil, em especial no que se refere aos seus momentos históricos vinculados à primeira metade do século XX, apresenta estreita relação com o contexto e os princípios da racionalização do trabalho estabelecidos nesse período.

À época, uma parcela de empresários, políticos e intelectuais interessados no processo de industrialização do país encontraram nos ideários taylorista, fordista e da Escola das "Relações Humanas" uma alternativa eficaz, sob seu ponto de vista, para o aumento da produtividade nas empresas e o avanço do capitalismo – os quais eram considerados necessários ao desenvolvimento econômico da sociedade brasileira pela burguesia industrial.

Tendo isso em vista, entidades promotoras dessas doutrinas – formadoras dos preceitos da "Organização Científica do Trabalho" e do que se entendia como o processo de racionalização do trabalho – foram criadas com o objetivo de difundir os princípios e os métodos do que elas compreendiam como os mais adequados à eficiência do trabalho em organizações. É o caso do Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT), fundado em 1931, por representantes da classe dirigente brasileira, sobretudo paulista.

O IDORT agiu de maneira a angariar apoio de representantes e instâncias significativas do Estado e da classe industrial. Por meio da atuação nacional e internacional de suas lideranças (por exemplo, Roberto Simonsen), o Instituto legitimou-se como uma entidade capaz de orientar empresas privadas e da administração pública no que tange as formas de gestão e organização do trabalho dominantes, especialmente, entre os anos 1930 e 1960 (ANTONACCI, 1980; DECCA, 1994).

No país, o IDORT assessorou a gestão de diversos órgãos públicos e prestou serviços para as indústrias a fim de avaliar e propor ações sobre suas formas de administração. Ademais, o Instituto revelou-se atuante na difusão dos princípios da racionalização do trabalho por meio de atividades de formação educacional e profissional aos gestores e técnicos de organizações. Fora do Brasil, o IDORT participou ativamente do movimento internacional de racionalização do trabalho, liderado pelo *Comité International d'Organisation Scientifique* (CIOS), e, assim, compartilhou das mesmas diretrizes de entendimento das formas de gestão e organização do trabalho dominantes à época. O discurso de racionalização do trabalho do IDORT, conforme sua trajetória institucional mostra, concordava amplamente com o discurso de suas entidades congêneres estrangeiras também guiadas pelo CIOS.

Dentro desse contexto, as lideranças do IDORT enxergaram na atividade de relações públicas, principalmente nos preceitos de harmonização das relações sociais nas empresas anunciados por ela, um meio eficiente, dentre outros, de estabelecer padrões de relações entre o comando das organizações e

os empregados em compasso com o processo de racionalização do trabalho.

Este artigo, portanto, tem como principal propósito apresentar determinados elementos históricos que demonstram a legitimação da atividade de relações públicas, no Brasil, atrelada ao contexto do processo de racionalização do trabalho e promovida com o apoio do IDORT.

Trata-se de parte de nossa pesquisa de doutorado¹ que, por meio de uma ampla pesquisa em arquivos e acervos brasileiros, se propôs a estudar as prescrições de comunicação em relação aos princípios da racionalização do trabalho, orientadores da principal lógica de organização e gestão do trabalho em empresas no Brasil no período dos anos 1930 a 1960, tendo por base o discurso do IDORT.

O IDORT, por meio da atuação e das redes de contatos de suas lideranças e de seus membros, bem como devido a sua participação ativa no movimento internacional, esteve permanentemente atento às novas possibilidades que surgiam de legitimação de seu discurso a favor da Organização Racional do Trabalho. Dentro desse contexto, o IDORT percebe nas relações públicas um novo elemento, dentre outros, que poderia validar o seu discurso, pois o ideário dessa atividade demonstrou ser fortemente alinhada aos princípios da racionalização do trabalho. É disso que trataremos neste artigo.

1 Pesquisa de doutorado intitulada "Prescrições de comunicação e racionalização do trabalho: os ditames de relações públicas em diálogo com o discurso do IDORT (anos 1930-1960)", financiada com bolsa de estudos pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo.

Vale ressaltar que o texto apresentado aqui faz parte de um estudo ancorado em pressupostos teóricos sobre comunicação e trabalho e, também, sobre comunicação e história orientadores da compreensão de que o mundo do trabalho contempla diversos e diferenciados entendimentos do que seja “comunicar”. Algumas concepções de comunicação são legitimadas em determinado momento histórico e outras não. E saber quais serão perpetuadas e quais serão recusadas depende, em grande medida, das dinâmicas resultantes das lutas sociais entre os que procuram racionalizar o trabalho e aqueles que vivenciam cotidianamente o prescrito do trabalho. Sob tal perspectiva, a comunicação não se reduz à mecanismos de transmissão de informação, tampouco é sinônimo de mídia.

De outro lado, sabemos que ainda persistem concepções tecnicistas de comunicação que estão em busca de um improvável consenso no mundo do trabalho e, nesse sentido, optam por analisar a comunicação nas relações de trabalho em organizações desconsiderando as dinâmicas do universo do trabalho. Os interesses entre a classe trabalhadora e o patronato, por exemplo, são historicamente distintos e conflituosos entre si e, provavelmente, sempre serão dentro do sistema capitalista.

Mas o viés tecnocrático ignora as tensões intrínsecas às relações sociais e coloca a comunicação como uma ferramenta neutra diante dos impasses das relações de trabalho. A ideia de comunicação como transmissão de informação, inspirada nos paradigmas balizadores das “teorias de comunicação” projetadas na primeira metade do século XX, é naturalizada de modo a justificar os conflitos que os processos de racio-

nalização do trabalho geram. Quando enxergada dessa forma, a comunicação teria a função de provocar uma intercompreensão entre emissores e receptores por meio de transferência de informações. Dito de outro modo, essa concepção estritamente informacional da comunicação procura ocultar as relações de força e de poder inscritas no mundo do trabalho.

Diante disso, pensar a comunicação a partir do mundo trabalho também é uma oportunidade de refletirmos sobre os conceitos que a comunicação tem adquirido ao longo do tempo. E no momento em que compartilhamos do pressuposto de que o fator trabalho é uma categoria central na constituição das relações sociais, então, o mundo do trabalho mostra-se como uma dimensão, de fato, privilegiada de manifestação dos sentidos atribuídos à comunicação na sociedade.

No caso de nossa pesquisa, focalizada nas prescrições de comunicação geradas em relação aos princípios da racionalização do trabalho mobilizados pelo discurso institucional do IDORT, os documentos produzidos e propagados sob a tutela desse Instituto apresentam um conjunto de ideias e de representações que indicam o entendimento de comunicação de uma classe empresarial e patronal, em determinado período histórico de desenvolvimento do capitalismo no Brasil. Identificadas por meio da análise do material, as prescrições de comunicação revelam e ocultam modos de controle das relações entre trabalhadores e empresas, entre trabalhadores e chefias e entre os próprios trabalhadores em situação de trabalho.

Por outro lado, não podemos ignorar a existência de uma dialética entre as prescrições de comunicação e as suas realizações efetivas, entre aquelas

enunciadas pelas filosofias gerenciais, pelas empresas e pela classe dirigente e aquelas assumidas pela classe trabalhadora. Embora as formas de opressão exercidas sobre os trabalhadores possam ser reinventadas constantemente, as formas de resistir a elas também persistem e ganham novas facetas. Percebemos, portanto, que pensar a comunicação a partir do mundo do trabalho oferece ao pesquisador uma valiosa chance de tentar compreender um pouco mais sobre a relação do homem com a sociedade.

A comunicação passa por contínuas mudanças na sociedade e ganha distintos usos e significados ao longo do tempo. Alguns deles mais evidentes e enaltecidos, outros menos. Mas todos eles coexistem no delineamento das formas de se pensar a comunicação no nosso presente.

Conceber as atuais manifestações da comunicação na sociedade como um fenômeno constituído essencialmente pelos acontecimentos e pelas vivências contemporâneas parece ser um ponto de vista equivocado. O tempo presente reivindica para si o privilégio de ser motriz das transformações que configuram as relações sociais e as relações de comunicação. As tecnologias da comunicação e seus aparatos conferem à emergência da comunicação uma perspectiva moderna. Entretanto, os contornos que a comunicação assume também fazem parte de um processo acumulativo de experiências e saberes, de relações de força e de lutas de poder já mobilizados em tempos passados.

A historiadora e pesquisadora do campo da Comunicação Marialva Barbosa (2012) alerta sobre a "*natureza presentista*" dos estudos da área. Segundo sua percepção, os estudos de comunicação, em ge-

ral, privilegiam o presente e ignoram o passado como um lugar importante de entendimento das práticas e do processo de comunicação.

Nesse sentido, sabemos que a comunicação não é neutra. Ela é marcada, em grande medida, por ideários e posicionamentos de indivíduos e instituições articulados em determinados contextos sócio-políticos, econômicos e culturais. As concepções de comunicação e seus usos ganham contornos diferenciados segundo as visões de mundo de distintos grupos sociais em determinados tempos históricos. Nessa perspectiva, como ignorar a historicidade da comunicação?

Ademais, a comunicação também é constitutiva das relações dos homens com os outros homens e com o meio em que vive. A comunicação é elemento indispensável para o homem viver em sociedade. Pode-se dizer, desse modo, que, assim como a comunicação origina-se e ganha seus contornos no curso da história, a história também depende da comunicação para existir.

Se considerarmos também que a história se refere sempre ao fracasso ou ao sucesso de homens que vivem e trabalham juntos em sociedades ou nações, com pretensão ou ao verdadeiro ou ao verossímil, a história é sempre o fragmento ou o segmento do mundo da comunicação (BARBOSA, 2012, p. 154).

É certo que o “mundo da comunicação” é amplo, acolhe heterogêneas expressões e múltiplas são as formas de olhar para ele. No caso do estudo aqui apresentado, optou-se por “pensar historicamente” uma das manifestações da comunicação.

Dirigimos nosso olhar para um recente passado onde a comunicação e seu uso prescrito em empresas dialogou diretamente com um determinado

entendimento de trabalho e de sociedade admitido pela classe dirigente durante um período decisivo do processo de industrialização do Brasil.

Por fim, para dar conta do propósito deste artigo, primeiramente, apresentaremos o percurso metodológico da pesquisa, a fim de explicitar a natureza de nossa investigação em arquivos e acervos. Em seguida, trataremos sobre a relação inicial do IDORT com as relações públicas, indicando acontecimentos que despertaram o interesse do Instituto por essa atividade. E para encerrar, falaremos sobre a legitimação da atividade de relações públicas no contexto da racionalização do trabalho admitida pelo IDORT.

A trajetória da pesquisa em arquivos e acervos brasileiros

A pesquisa apresentada neste artigo esteve ancorada na investigação e no levantamento de documentos primários localizados em arquivos e acervos brasileiros. Trata-se de material inédito, ao que se sabe, não explorado antes em estudos do campo da Comunicação.

Nossos esforços concentraram-se especificamente em três tipos de documentos produzidos entre as décadas de 1930 a 1960:

(1) Material sobre "relações públicas" difundido pelo IDORT: referimo-nos aos textos que focalizam o tema "relações públicas" dentro do conjunto de documentos produzidos sob a responsabilidade do IDORT; neste caso, são considerados os textos da revista publicada pelo Instituto, mas também as apostilas dos cursos de relações promovidos pelo IDORT;

(2) Material sobre a trajetória do IDORT : trata-se dos textos da revista publicada pelo IDORT que dis-

correm sobre o seu desenvolvimento institucional, ou seja, que ajudam na análise de seus objetivos, de seus interesses, de suas atividades e das relações que o Instituto estabeleceu com outros agentes promotores da racionalização do trabalho, nacional e internacionalmente, e com indivíduos e instituições engajadas no projeto de industrialização e modernização do país na primeira metade do século XX; neste caso, os relatórios anuais da diretoria do Instituto publicados na revista são relevantes;

(3) Material sobre temas ligados à racionalização do trabalho: são textos da revista do Instituto que tratam sobre assuntos constitutivos do entendimento de racionalização do trabalho admitido pelo IDORT como, por exemplo, "relações humanas", seleção profissional, produtividade, industrialização etc.

O "fundo IDORT", conservado pelo Arquivo Edgar Leuenroth (AEL) do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH) da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) tornou-se a principal fonte de coleta dos documentos analisados na pesquisa. Constituído por um extenso conjunto de documentos, doado pelo próprio IDORT à UNICAMP na década de 1980, este acervo foi disponibilizado para consulta pública no início dos anos 1990, após ter sido inventariado sob a coordenação do professor, sociólogo e estudioso do mundo do trabalho Ricardo Antunes. A documentação contempla relatórios e correspondências da entidade com data entre 1931 e 1961, apostilas produzidas a partir dos cursos oferecidos pelo IDORT (de temas variados) e sua participação em diversos eventos no período de 1934 e 1974. O AEL também guarda grande parte dos números da

revista institucional publicada pelo IDORT, desde 1932 até final da década de 1950.

Quanto às apostilas de relações públicas, identificamos doze delas, produzidas e difundidas nos anos 1950 e 1960, disponíveis no “fundo IDORT” do AEL, da UNICAMP.

Já no que se refere à revista institucional do IDORT, consultamos todos os números publicados entre 1932 e 1959. O AEL da UNICAMP foi a principal fonte de levantamento do material no Brasil, mas não a única. Apesar desse Arquivo contemplar boa parte da coleção da revista do IDORT, ele dispõe dos números publicados até o ano 1957. Com base nessa realidade, foi preciso consultar acervos de outras instituições para continuar a investigação, haja vista que o objetivo era realizar um levantamento de textos que contemplasse todos os números do periódico até o final da década de 1960. Desse modo, essa etapa continuou na Biblioteca da FEA-USP, onde pudemos acessar os números da revista publicados entre 1958 e 1969, com exceção dos anos 1963 e 1966. Especificamente quanto a esses dois anos, ainda foi preciso consultar o acervo da Biblioteca do Instituto de Energia e Ambiente (IEE) da USP.

O encontro do IDORT com as relações públicas

O IDORT, como instituição representante dos interesses da classe empresarial e intelectual preocupada com o desenvolvimento da industrialização e modernização da sociedade brasileira encontrou nos princípios de “Organização Científica do Trabalho” uma via eficiente para formular modos de domina-

ção social considerados necessários à exploração da força de trabalho e à expansão do capitalismo.

Dentro de sua trajetória de “portador das mais modernas exigências da racionalização” (ANTONACCI, 1993, p. 17) no país, o IDORT construiu seu discurso institucional em diálogo direto com os pilares do ideal de organização e gestão do trabalho articulado, especialmente, pelos preceitos “científicos” do taylorismo, do fordismo e do movimento das “Relações Humanas”. Não por acaso, o símbolo representativo do Instituto contempla os seguintes termos: “razão”, “método”, “tempo”, “saber” e “evolução”.

O discurso do IDORT, com suas diversas matizes incorporadas desde seu surgimento até a década de 1960, esteve ancorado na “ética da eficiência”² (de todos os setores da sociedade), da ordem social e da harmonia no mundo do trabalho. O antagonismo entre capital e trabalho, nessa perspectiva, aparece permanentemente como um problema a ser solucionado, conforme se anunciou desde o início da existência do Instituto, por meio da fala de seu líder fundador, Aldo Mario de Azevedo:

Que é Trabalho senão uma forma de criar riquezas, de criar valores, de criar capital? Que é Capital, senão um meio de projetar Trabalho, de propiciar a criação de novas riquezas, de novos valores, de novos Capitais e ulteriormente de mais Trabalho? Eles formam um contínuo e se confundem com as duas metades de um anel aliança. [...] A distinção que se estabeleceu entre o Capital e o Trabalho, com o fito de criar uma incompatibilidade, um antagonismo de interesses que não tem o menor fundamento é uma das tradições absurdas que ainda perduram no espírito da maioria dos homens [...]. Todos os que trabalham e produzem

2 Termo empregado por Tragtenberg (1980).

são na verdade ora trabalhadores, ora capitalistas, conforme as circunstâncias do momento (AZEVEDO, 1934, p. 196).

Nessa perspectiva, a filosofia “científica”, delineada por Taylor e reforçada por Ford e pelos adeptos da Escola das “Relações Humanas”, mostrou-se bastante coerente com as preocupações, os interesses e a proposta de sociedade urbano-industrial que os fundadores do IDORT desejavam para o Brasil.

Os idealizadores do Instituto, já na década de 1920, articulavam-se à procura de uma alternativa para a reorganização das relações industriais no país e viajavam frequentemente ao exterior, sobretudo aos Estados Unidos e a países europeus em fase de industrialização mais avançada, para conhecer os procedimentos mais bem-sucedidos por lá. Alguns deles estavam ligados ao movimento internacional de organização racional do trabalho, liderado inicialmente pelo *Institut International d'Organisation Scientifique du Travail* (IIOST). Diante disso, os conceitos e princípios da “Organização Científica do Trabalho” foram incorporados pelo discurso do IDORT e adaptados segundo o entendimento de sociedade que os membros do Instituto admitiam para o Brasil.

Conforme afirma a historiadora M. Antonieta M. Antonacci, de fato, o papel do IDORT em relação à difusão da ideologia da racionalização do trabalho no país foi bastante significativo ao longo de boa parte de século XX:

Se as ideias e práticas da administração científica tomaram posição na década de 20 – como resposta patronal à organização operária por transformações racionais nas condições de vida e de trabalho –, foi

ao longo das décadas subsequentes que suas modificações expandiram-se em ritmos, desdobramentos e fases, conforme as conjunturas e o jogo de forças sociais. Incorporando lutas e reivindicações sociais como soluções técnicas, as práticas racionalizadoras invadiram diferentemente a vida social ao reordenarem espaços, redimensionarem tempos e reorientarem relacionamentos sociais, num processo que se estendeu até a década de 60, quando outros problemas e questões deixaram à mostra as mesmas conflituosas e contraditórias faces do capitalismo dominante" (ANTONACCI, 1980, p. 32).

Dentro desse panorama, o interesse do IDORT pelo uso da comunicação na administração das relações de trabalho em empresas privadas e da administração pública surge no período após a Segunda Guerra Mundial. Neste momento, a atividade de relações públicas é contemplada pelo Instituto como um meio útil e eficiente para reforçar valores sociais e padrões de comportamento a favor do apaziguamento de conflitos entre trabalhadores e o comando das organizações. A ideia de "cooperação" de classes torna-se fundamental para invalidar as tensões sociais inerentes aos sistemas produtivos configurados pelas relações capitalistas. Nesse contexto, a partir dos anos 1950, o IDORT se empenharia em legitimar a atividade de relações públicas no país, promovendo cursos sobre o tema e participando ativamente da criação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP).

Um dos acontecimentos que despertou o interesse da atividade de relações públicas pelo IDORT refere-se às conferências ministradas pelo norte-americano Eric Carlson, consultor da Organização das Nações Unidas (ONU) e especialista em relações públicas, quando esteve no Brasil, no ano de 1953.

Em conformidade com a configuração do processo de racionalização do trabalho que se forma após o final da Segunda Guerra Mundial, atualizada com base em orientações de gestão de pessoas menos autoritárias e mais integradas aos aspectos “psicológicos” do trabalhador, isto é, às orientações constituídas em acordo à filosofia das “Relações Humanas”, Carlson apresenta as relações públicas aos membros do IDORT como a atividade que poderia ajudar a administrar o “fator humano” nas relações de trabalho.

Foram três as conferências concedidas pelo norte-americano aos membros do Instituto na ocasião de sua vinda ao Brasil. Carlson havia sido convidado para ministrar um curso específico de relações públicas na Escola Brasileira de Administração Pública (Ebap) da Fundação Getúlio Vargas, localizada na cidade do Rio de Janeiro, estendendo sua estadia a convite de membros do Instituto, para visita à cidade de São Paulo. Com o apoio da empresa São Paulo Trainway, Light and Power Companhia Ltda. (futura Eletropaulo), o IDORT promoveu as seguintes palestras de Eric Carlson nos dias 6, 7 e 10 de julho de 1953, no auditório do Banco Nacional Interamericano: (1) O papel das relações públicas na racionalização do trabalho; (2) Relações públicas e suas responsabilidades na administração e organização administrativa; e (3) Criação de um clima de opinião pública favorável à produtividade e ao trabalho de cooperação entre a administração e os trabalhadores.

O teor das palestras sobre relações públicas despertou grande interesse de empresários do comércio e da indústria, bem como de gestores e funcionários da administração pública, atraindo um número

significativo de espectadores interessados no tema. O IDORT considerou as falas e os ensinamentos do professor Carlson instigadores e anunciou à época:

Tem sido um dos principais objetivos da 1ª Divisão aproximar estudiosos e técnicos no campo da Organização Administrativa, sua especialidade. Excelente oportunidade deparou-se-nos (sic), com a chegada do Prof. Eric Carlson, ao Brasil, para intensificar nosso trabalho em prol do maior conhecimento e aplicação dos métodos racionais de administração no País. A preponderância que assumiu o fator sociológico na ciência da organização, tem-nos mostrado a delicada posição das grandes organizações na estrutura social moderna. A consciência desta posição deu às relações públicas importância nunca antes suspeitada, como técnica para moldar as delicadas relações criadas pela posição peculiar da empresa econômica, especialmente na economia capitalista, orientando-as no sentido dos elevados desígnios desses organismos na sociedade, sua maior eficiência e sua possível contribuição para a comunidade. Muito mais do que a simples aparência publicitária das relações públicas é importante sua função de orientar, informar e dirigir as interações grupais em constante movimento nas comunidades, cuja influência no comportamento eficiente do trabalhador individual foi posta em destaque nos recentes estudos que ainda prosseguem, de eminentes sociólogos industriais. Feliz, portanto, a escolha do tema pelo eminente conferencista, ao focalizar a benéfica influência das relações públicas na racionalização e a responsabilidade da direção das empresas neste campo (RELATÓRIO ..., 1953, p. 143-144).

Não se pode ignorar que o IDORT, mesmo antes da vinda de Eric Carlson ao Brasil, já se interessava pelas relações públicas. Prova disso é o primeiro texto, que temos conhecimento, sobre a atividade publicado na revista produzida pelo Instituto em 1952.

Trata-se de uma defesa do autor, Grellet Neto, quanto à necessidade de o “chefe de pessoal” participar do programa de relações públicas de uma empresa, tendo em vista que uma de suas principais tarefas é “conseguir lealdade e cooperação do pessoal” (NETO, 1952, p. 191).

De todo modo, as conferências de Carlson ofereceram aos membros e às lideranças do IDORT muito mais dados e argumentos que poderiam justificar a integração da atividade de relações públicas ao conjunto de elementos motrizes do discurso e das ações do Instituto. Neste sentido, o ideário das relações públicas mostrou-se útil ao estabelecimento de parâmetros considerados fundamentais para uma determinada “ordem social” propícia ao enquadramento das relações de trabalho no contexto da industrialização do país e ao avanço do capitalismo. Eric Carlson, aliás, não poupou palavras para convencer os “idorteanos” quanto a isso:

Uma coisa é certa: quaisquer que sejam os obstáculos para o desenvolvimento das relações públicas no Brasil, valerá a pena superá-los, desde que os resultados, colhidos embora a longo prazo, serão dos mais benéficos para a indústria, que encontrará, na exploração deste campo, um dos fatores mais construtivos para que se possa realizar sua missão de propulsora do progresso e da grandeza nacional (CARLSON, 1953a, p. 218).

O propósito fundador das relações públicas de estabelecer relações “harmônicas” entre organizações/empresas e seus “públicos” é admitido como um modo bastante adequado às condições para a efetividade da racionalização do trabalho. Eric Carlson explica aos membros do IDORT que o desenvolvimento correto da atividade de relações públicas instaura

um “clima” favorável à cooperação de empregados e empregadores em prol da produtividade. Entende-se, neste caso, as relações públicas como uma “rua de duas mãos” – conforme expressão utilizada pelo próprio especialista –, sendo que o papel de ouvir, avaliar e definir os interesses dos trabalhadores é tão importante quanto tornar as orientações e ideias da direção da empresa conhecidas pelos empregados. Neste caso, as relações públicas adquirem a função de administração das relações entre os empregadores e seus funcionários. Função, esta, concebida originalmente pela empresa e não pelos trabalhadores, vale lembrar.

A legitimação das relações públicas no contexto da racionalização do trabalho

A aceitação e o entusiasmo quanto às relações públicas gerados pelas palestras de Eric Carlson impulsionaram a realização de seguidas discussões sobre o tema com o apoio do IDORT. A título de exemplificação, destacamos algumas delas, apresentadas também no ano de 1953: (1) “Relações públicas: fator de progresso das empresas”, ministrada, em 22 de julho, por Inácio Penteado da Silva Telles (diretor do departamento de relações públicas do Banco Nacional Interamericano); (2) “Programas de relações públicas para a indústria, apresentada por Murilo Mendes, em 05 de agosto, (professor de história social e política do Brasil na Escola de Sociologia e Política de São Paulo); (3) “Propaganda: uma atividade de relações públicas”, de autoria de Rankin Roberts (diretor da empresa de publicidade Orion) e apresentada em 2 de setembro.

Além dessas palestras e de outras que trataram da natureza, do propósito, da função e das técnicas de relações públicas, o IDORT criou, em 1954, um "Grupo de Relações Públicas" para reunir integrantes e simpatizantes do Instituto que pudessem compartilhar suas experiências e seu conhecimento relacionado ao tema, cujo convite público havia sido anunciado no relatório da diretoria do Instituto divulgado no final de julho de 1953, pouco tempo depois das conferências de Eric Carlson:

A 1ª Divisão está à disposição de todos os estudiosos e profissionais de relações públicas que queiram colaborar com ela nesta oportuna fiscalização e valorização de tão valioso instrumento de entendimento e paz social, de que vivemos tão necessitados, dados os nossos problemas de caldeamento cultural e etnológico, de industrialização, de crescimento populacional e outros, prestando assim não pequeno serviço a São Paulo e ao Brasil (RELATÓRIO ..., 1953, p. 144).

Percebe-se que tanto a promoção das conferências/palestras como a criação de um grupo específico de discussão fizeram parte de uma conduta importante do IDORT em prol da propagação da atividade de relações públicas e de seu reconhecimento pela classe empresarial e por gestores de organizações privadas e da administração pública. Até mesmo porque, nessa época, as relações públicas não gozavam da condição de profissão regulamentada e não mantinham status de curso de nível superior. O primeiro curso superior de relações públicas foi criado em 1967, com a fundação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Já a regulamentação da profissão ocorreria em 1968, por meio da Lei Fede-

ral n. 5.377 aprovada no final de 1967 pelo Congresso Nacional (KUNSCH, 1997).

Os encontros e os debates proporcionados pelo “Grupo de Relações Públicas” do IDORT levou à fundação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), em 21 de julho de 1954, com estatuto próprio fundamentado nos seguintes propósitos:

[...] congregar todos os elementos do País, cujas atividades se liguem a serviços de Relações Públicas; tornar conhecida, apreciada e respeitada a atividade profissional dos técnicos de relações públicas; aumentar e melhorar os conhecimentos profissionais de seus associados por meio de permuta de informações e de experiências, promoção de cursos e conferências e organização de uma biblioteca especializada; facilitar a aquisição de conhecimentos profissionais às pessoas que desejarem dedicar-se a Relações Públicas, por meio de conferências e cursos ou pelo estímulo a cursos existentes em estabelecimentos de ensino, incentivando também o ensino sistemático das Relações Públicas nas escolas de ciências econômicas e outras (ASSOCIAÇÃO ..., 1954, p. 367).

A primeira presidência da ABRP foi atribuída a Hugo Barbieri, integrante da diretoria do IDORT, à época, e executivo da empresa Esso Standard do Brasil. Os demais cargos do corpo diretivo da Associação também estiveram sob a responsabilidade de membros do Instituto: (a) vice-presidente: Ubirajara Martins (São Paulo Light and Power Companhia Ltda.); (b) Secretária geral: May Nunes de Souza (Instituto de Administração da USP); (c) Secretário: Álvaro Roberto Mendes Gonçalves; (d) Primeiro tesoureiro: Jonas Znyder; (e) Segundo tesoureiro: Nelson Ramos Nóbrega (Distribuidora Vemag S. A.); (f) Conselho Consultivo: Anníbal Bonfim (presidente do IDORT e executivo da

Philips do Brasil), Ignácio Penteado da Silva Telles (Universidade Católica); Murillo Mendes (Panam Propaganda S.A.); e (g) Diretor do Serviço de Informações: J. B. Martins Ramos. A diretoria tomou posse em 11 de setembro de 1954 na sede do IDORT, mais especificamente no Auditório Dr. José Ermírio de Moraes. Na ocasião, vinte e sete era o número de sócios da associação recém-criada.

Fig. 1. Artigo da revista do IDORT sobre a criação da ABRP, em 1954 (ASSOCIAÇÃO, 1954, p.367).

Logo no primeiro ano de seu funcionamento, a nova Associação mostrou-se bastante ativa por meio de ações como: (a) promoção de uma série de conferências sobre relações públicas realizadas na sede do IDORT, atraindo a presença de representantes da diretoria da Secretaria de Segurança Pública, da Escola de Polícia de São Paulo e da Guarda Civil; (b) estabelecimento de vínculos com interessados em criar núcleos da associação em outras regiões do país (como foi o caso do Rio de Janeiro); (c) realização de programas de relações públicas na televisão, com o apoio da Rede Unidas de Televisão e Rádio (Emissoras Unidas) e da TV Record; (d) aproximação de entidades congêneres no exterior por meio de viagens de May Nunes de Souza e Annibal Bonfim à Europa; (e) elaboração do “Plano de Relações Públicas para a Assembleia do Estado de São Paulo”; (f) promoção de cursos de relações públicas.

Ainda em 1955, o IDORT criou dentro da sua estrutura um “serviço de relações públicas”, com o propósito de difundir os conceitos e as práticas da atividade na sociedade. No mesmo ano, Hugo Barbieri sintetizou a relação intrínseca entre o IDORT e as relações públicas durante uma palestra que ministrou na cidade de Recife aos sócios pernambucanos do Instituto:

[...] da mesma forma que vós, Idorteanos, trabalhaiis para, através da racionalização e produtividade, construir um Brasil melhor e mais próspero, também nós profissionais de Relações Públicas, desejamos seguir vossa digna e brilhante trajetória, propugnando para que sejam sempre as melhores possíveis as relações entre homens, nesta nossa grande e idolatrada Pátria (IDORT E ..., 1956, p. 80).

Percebe-se, desse modo, que a atividade de relações públicas começava a ganhar contornos mais sólidos para sua legitimação no Brasil, na década de 1950. Concomitantemente à participação efetiva do IDORT nos momentos decisivos da gênese das relações públicas no Brasil, outros fatores corroboraram para o estabelecimento da atividade em nossa sociedade no mesmo período.

Dentro deste contexto, a pesquisadora Margari-da Kunsch (1997) apresenta um panorama geral de acontecimentos significativos à época. Filiais de empresas multinacionais fixadas no país, além da Light and Power, criaram departamentos próprios de comunicação, como as petrolíferas Philips e Standard Oil, onde procuravam seguir os preceitos de relações públicas e colocar em prática as suas técnicas. Ademais, agências de propaganda estrangeiras começavam a oferecer aos seus clientes brasileiros serviços especializados em relações públicas, reunindo profissionais capacitados no assunto. Outro dado dentro da cronologia da gênese da atividade, o primeiro departamento de relações públicas de uma empresa brasileira surgiu em 1951 na Companhia Siderúrgica Nacional, do estado do Rio de Janeiro. Kunsch (1997) também nos lembra que a primeira empresa nacional a oferecer serviços de relações públicas aos empresários brasileiros, chamada de Companhia Nacional de Relações Públicas, começou a funcionar, em 1952.

Nos anos 1960, conforme indicado antes, a profissão de relações públicas foi regulamentada e o primeiro curso superior de ensino da atividade no Brasil foi instituído na ECA-USP. O primeiro livro brasileiro sobre o tema foi publicado, aliás, pelo co-fundador deste curso (KUNSCH, 2006), Candido Teobaldo de

Souza Andrade, em 1963, com o título: "Para entender relações públicas". Posteriormente, o professor escreveu outras obras que orientaram o entendimento de relações públicas no país ou, como afirma Waldemar Kunsch (2006, p. 71), formulam "os contornos básicos de um incipiente *corpus-doctrinae* brasileiro".

Fig. 2. Artigo de Candido Teobaldo de Souza Andrade, na revista do IDORT de 1962 (ANDRADE, 1962, p. 29).

A participação de Candido Teobaldo no processo de constituição da atividade de relações públicas já aparece de maneira contundente por meio das atividades promovidas pelo IDORT, antes mesmo da publicação de seu primeiro livro e da abertura do curso superior de relações públicas na USP. O professor Teobaldo ministrou um número significativo dos cursos de relações públicas oferecidos pelo IDORT, dos quais se originaram apostilas, muitas delas, norteadoras de seus livros.

Além disso, Candido Teobaldo de Souza Andrade dirigiu a seção específica sobre o tema na revista produzida pelo IDORT, sendo ele mesmo autor de vários artigos publicados. A seção surge na década de 1950 e recebe a colaboração de outros especialistas na atividade. O propósito da seção era oferecer ao leitor explicações básicas sobre as funções da atividade de relações públicas e sua correlação com o processo de racionalização do trabalho e com o desenvolvimento do capitalismo moderno. A revista produzida pelo IDORT, neste sentido, pode ser considerada um dos primeiros veículos de comunicação impressos, senão o primeiro, a tratar de relações públicas no Brasil com determinada periodicidade e por meio do conhecimento e da experiência de profissionais – em grande parte brasileiros – que se interessavam pela atividade e procuravam aplicar seus preceitos e suas técnicas nas organizações onde atuava (Fig. 3).

Sabidamente, a Escola Brasileira de Administração Pública (Ebpap), da Fundação Getúlio Vargas, teve um papel pioneiro ao promover o primeiro curso regular de relações públicas com o professor Eric Carlson, em 1953 (CHAVES, 1963). Em seguida, outras iniciativas semelhantes ocorreram sob a responsabi-

Fig. 3. Artigo da seção de relações públicas, editada por Candido Teobaldo de Souza Andrade, na revista do IDORT, em 1963 [SICILIANO, 1963, p.9].

lidade da própria Ebap, a exemplo do curso de Harwood L. Childs, professor da Universidade de Princeton nos Estados Unidos, e de outras entidades, como os cursos do Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP), do Instituto Promovendas do Ensino Técnico (IPET), do Rio de Janeiro, da Escola do Serviço Público do Estado da Guanabara, também no Rio de Janeiro, do Instituto de Administração da Universidade de São Paulo e, finalmente, do IDORT, conforme já antecipamos.

O primeiro curso regular de relações públicas realizado pelo IDORT esteve sob a responsabilidade de Mario Sassi e ocorreu em 1953. Ao longo dos anos 1950 e 1960, tantos outros foram desenvolvidos sob a tutela do IDORT com a direção de Candido Teobaldo de Souza Andrade, Celso Lobo da Costa Carvalho, Joel Barbosa, Amaury Moraes de Maria e Rubens José de Castro Albuquerque.

O material originado destes cursos revela um esforço inicial de sistematização dos elementos constituintes da atividade de relações públicas e, ao mesmo tempo uma primeira tentativa de prescrição do uso da comunicação nas organizações, dentro de um contexto favorável de desenvolvimento e expansão do capitalismo.

Refeito em diversos momentos, devido aos novos elementos que eram postos em circulação pelos atores sociais envolvidos, sobretudo pela classe dirigente, o discurso alinhado à visão de modernização do país assegurou a consolidação do propósito central da atividade de relações públicas compartilhado e difundido pelo IDORT: promover a harmonização das relações entre a direção da organização/empresa e os diversos “públicos” que interagem com ela, como, por exemplo, o “público interno”, isto é, os seus empregados. Nesse sentido, a ideia é conseguir a boa vontade de grupos e indivíduos a favor dos objetivos e interesses organizacionais, anunciados pelas relações públicas como interesses coletivos e necessários ao bem-estar social. Dito de outro modo, trata-se de uma finalidade tomada como compatível à tentativa de apaziguar as tensões sociais consideradas prejudiciais ao avanço do capitalismo. Os conflitos entre trabalhadores e o patronato, nesta perspectiva, po-

dem ser considerados empecilhos ao próprio desenvolvimento econômico do país.

O propósito orientador das relações públicas no período estudado por nós, portanto, é concebido dentro de um contexto histórico, político e sócio-econômico vinculado diretamente à ideologia capitalista e aos seus modos de produção e de sociabilidade. Não coincidentemente, sob esta ótica, a atividade de relações públicas também foi apropriada pelo Estado como uma maneira de angariar apoio dos cidadãos brasileiros quanto às suas formas de dirigir o país.

Caso exemplar disso ocorreu nos primeiros anos do regime militar, ainda na década de 1960, com a criação da Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), subordinada ao Gabinete Militar da Presidência da República.

Oficializada em 1968, por meio do decreto n. 62.119, a AERP funcionou durante o governo do general Emílio Garrastazu Médici (1969-1974), sob a justificativa de “restabelecer o diálogo entre governo e povo e neutralizar a ação subversiva e corrupta” (MATOS, 2008, p. 174).

Com a responsabilidade de administrar integralmente o sistema de comunicação do governo federal, a AERP valeu-se, especialmente, do uso da propaganda – mas também de outros meios e técnicas de comunicação – para tentar convencer a população brasileira de que o país estava sendo bem governado, rumo ao melhor desenvolvimento nacional. A Assessoria ganha a função de legitimar os objetivos e o princípios da doutrina do movimento de 1964 em compasso com o desenvolvimento do capitalismo no país. O trecho a seguir é esclarecedor dessa questão:

A AERP surgiu, pois, no cenário da comunicação social, sob o signo da crescente influência do Estado na condução do processo econômico nacional e da expansão econômica caracterizada pela forte tendência à concentração de renda – “o método brasileiro de desenvolvimento”. Surgiu sobretudo num momento político característico: o “momento de integração nacional” que é o lema que vem a definir a tônica da política de desenvolvimento governamental nesse período (SILVA, 1986, p. 43).

Embora tenha mostrado a sua expressão mais lastimável ao ser apropriada a favor dos interesses da classe dominante no momento político e social mais repressivo e violento que o Brasil já passou, a atividade de relações públicas, dentro do sistema capitalista, manteve-se coerente com a sua finalidade de apaziguar conflitos e tensões sociais considerados prejudiciais aos propósitos de modernização da nação pela classe dirigente.

O tecer dos momentos históricos decisivos da gênese das relações públicas no Brasil demonstra que, como bem diz Cicília Peruzzo: “se as Relações Públicas são utilizadas pelos donos ou representantes do capital é porque elas servem para tal fim” (1986, p. 94). Nessa lógica, o encontro do IDORT com a atividade de relações públicas não ocorreu por acaso.

Considerações finais

Com base no que foi exposto inicialmente, este artigo teve como propósito principal apresentar determinados aspectos históricos que indicam a legitimação da atividade de relações públicas, no Brasil, ligada ao contexto do processo de racionalização do trabalho ocorrido na primeira metade do século XX.

Tendo isso em vista, tratamos sobre o interesse do IDORT – como entidade promotora dos princípios e métodos das doutrinas formadoras da Organização Científica do Trabalho – na atividade de relações públicas. Especialmente nos anos 1950 e 1960, esse Instituto realizou cursos, palestras e publicou textos sobre relações públicas porque percebeu nessa atividade um meio eficiente de difundir o princípio da harmonia social nas relações de trabalho em empresas. O processo de racionalização do trabalho admitido pela classe dirigente do país à época exigia um “clima” de paz social nos relacionamentos entre a classe trabalhadora e os empregadores. E o uso da atividade de relações públicas pelos gestores do trabalho, segundo o entendimento do IDORT, poderia contribuir para tornar isso concreto no ambiente internos das organizações.

Por meio da análise de documentos produzidos pelo IDORT, levantados em arquivos e acervos brasileiros, apresentamos e discutimos elementos que mostram a relação estreita entre a constituição da atividade de relações públicas no Brasil, e sua legitimidade, e os princípios da racionalização do trabalho. A fundação da ABRP, em 1954, por meio da atuação direta de membros do IDORT, exemplifica o que estamos falando. Outro exemplo interessante refere-se ao desempenho de um dos mais importantes e conhecidos representantes das relações públicas brasileiras, Candido Teobaldo de Andrade, em tratar a natureza dessa atividade de modo a considerar a sua inter-relação com os princípios da gestão do trabalho fundantes das doutrinas taylorista, fordista e, sobretudo, da Escola das “Relações Humanas”. Conforme foi possível conhecer ao longo do desenvolvimento

deste artigo, Teobaldo (como é mais conhecido entre os estudiosos brasileiros de relações públicas) foi um colaborador ativo da revista institucional produzida pelo IDORT e muitos de seus textos tinham como propósito legitimar as relações públicas como uma atividade afinada com os princípios da racionalização do trabalho.

Por fim, pode-se dizer, sem exageros, que a amplitude e o ineditismo dos documentos levantados em nossa pesquisa possibilitaram a realização de um estudo que trouxe novos elementos da história das relações públicas brasileiras, até então, desconhecidos por grande parte da comunidade científica do campo da Comunicação.

Referências

ANTONACCI, M. Antonieta M. **A vitória da razão(?)**: o IDORT e a Sociedade Paulista. São Paulo: Marco Zero, 1993.

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Relações Públicas. **Revista de Organização e Produtividade**, São Paulo, ano 23, n. 275/276, p. 367-368, nov./dez. 1954.

AZEVEDO, Aldo Mario de. O capital e o trabalho: um equívoco tradicional. **IDORT**, São Paulo, ano 3, n. 33, p. 193-197, set. 1934.

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza Andrade. As mistificações de relações públicas. **Revista de Organização e Produtividade**, São Paulo, ano 31, n. 369/370, p. 29-31, set./out. 1962.

BARBOSA, Marialva. O presente e o passado como processo comunicacional. **Matrizes**, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 145-155, jan./jun. 2012.

CARLSON, Eric. O papel das Relações Públicas na Racionalização do Trabalho. **Revista de Organização Científica**, São Paulo, ano 22, n. 262, p. 217-221, out. 1953a.

CHAVES, Sylla M. Aspecto de relações públicas. **Separata da Revista do Serviço Público de abril, maio e junho de 1961, janeiro, fevereiro,**

março e outubro, novembro e dezembro de 1962. São Paulo: DASP – Serviço de documentação, 1963.

DECCA, Edgar de. **1930: o silêncio dos vencidos.** Memória, história e revolução. São Paulo: Brasiliense, 1994.

IDORT E Relações Públicas [palestra de Hugo Barbieri]. **Revista de Organização e Produtividade**, São Paulo, ano 25, n. 291/292, p. 78-80, 1956.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional.** São Paulo: Editora Summus, 1997.

KUNSCH, Waldemar Luiz. Do mercado à academia: as relações públicas em seu primeiro centenário. São Paulo: **Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 29, n. 2, p. 55-87, jul./dez. 2006.

MATOS, Heloiza. Governo Médici: discurso oculto na comunicação institucional o caso AERP. In: MOURA, Claudia Peixoto de (Org.). **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008, p. 170-193. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/online/livro11.html#livro>>. Acessado em: 13 abr. 2013.

PERUZZO, Círcia Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista.** 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

RELATÓRIO da diretoria do Instituto de Organização Racional do Trabalho, de São Paulo, apresentado à assembleia geral ordinária de 31 de julho de 1953. **Revista de Organização Científica**, São Paulo, ano 22, n. 259, p. 135-154, jul. 1953.

SICILIANO, Lauro de Barros. Aspectos gerais de relações públicas. **Revista de Organização e Produtividade**, São Paulo, ano 34, n. 399/400, p. 9-10, mar./abr. 1963.

SILVA, Luísa Maria N. de Moura e. Segurança e desenvolvimento: a comunicação no Governo Médici. São Paulo: **Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 9, n.55, p. 35-54, jul./dez. 1986.

TRAGTENBERG, Maurício. **Burocracia e ideologia.** São Paulo: Editora Ática, 1980.