

## Complexidade e comunicação-trama no Coletivo Labs: provocações para novos olhares em Relações Públicas

### Resumo

O presente artigo apresenta uma compreensão das Relações Públicas a partir da noção de comunicação-trama como um processo complexo de interação de sujeitos. O referencial teórico envolve textos sobre comunicação-trama, subjetividade e complexidade na comunicação organizacional. Em termos metodológicos, trata-se de um estudo de caso combinado com pesquisa bibliográfica sobre as temáticas mencionadas. A parte de campo foi realizada com a empresa Coletivo Labs *Coworking* através das seguintes técnicas: diário de campo, observação participante, entrevista aberta e observação das ferramentas de comunicação *online*. Como resultados, pode-se mencionar a aproximação das discussões teóricas com a prática vivida no Coletivo Labs. Além disso, o estudo permitiu perceber a existência de um cenário emergente de organizações pautadas pela aceitação de uma realidade complexa e caótica.

### Relações Públicas

Desde os primeiros registros oficiais das atividades de Relações Públicas e no decorrer de seu desenvolvimento, pode-se afirmar que a profissão sempre esteve a disposição das demandas de cada período, sendo então o “resultado de seu tempo”<sup>1</sup>. O que se percebe é que, ao longo do século XX, as Relações Públicas acompanharam o rumo dos acontecimentos das relações entre as organizações e seus públicos e foram se modificando, atendendo às necessidades, não só do mercado, mas também de sobrevivência dos laços e dos vínculos dessas organizações (MOURA, 2013).

Nesse início do século XXI, o cenário proporciona às Relações Públicas um campo de infinitas possibilidades de atuação. Observando a história, a legislação e as demandas contemporâneas, percebe-se que as Relações Públicas são o que se pode chamar de ‘campo de potência líquida’<sup>2</sup>. Para chegar a um entendimento de quais são as atividades de Relações Públicas, busca-se na legislação em vigor a sua definição.

Art. 4º Consideram-se atividades específicas de Relações Públicas as que dizem respeito:

- a) à orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de Relações Públicas;
- b) à promoção de maior integração da instituição na comunidade;
- c) à informação e a orientação da opinião sobre objetivos elevados de uma instituição;
- d) ao assessoramento na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública;
- e) ao planejamento e execução de campanhas de opinião pública;
- f) à consultoria externa de Relações Públicas junto a dirigentes de instituições;
- g) ao ensino de disciplinas específicas ou de técnicas de Relações Públicas, oficialmente estabelecido. (BRASIL, 1968)

É então com referência na legislação que este trabalho fundamenta seu entendimento sobre as Relações Públicas. Esta escolha parte da ideia de que, mesmo desenvolvida em um

contexto diferente do atual (1968) as definições permanecem sendo o alicerce da atividade. No decorrer de décadas houveram discussões e revisões da legislação, sendo que, em 2002, após tentativas de mudanças no projeto de lei, o Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP) estabeleceu a Resolução Normativa N° 43, que trouxe atualizações significativas para as Relações Públicas e redefiniu funções e atividades da área (MOURA, 2013). A norma traz esclarecimentos primários, como, por exemplo, como são compreendidos os diferentes segmentos da comunicação:

“X – Comunicação:

- a) Institucional, aquela criada exclusivamente para formar imagem positiva em torno de uma organização, empresa, pessoa, ou, ainda, em torno de algo ou alguma coisa. A comunicação institucional, com este escopo, está ligada ao nível de abordagem do assunto tratado e ao tipo de linguagem adotada para transmitir informações de uma determinada organização. O nível de abordagem deve ter a amplitude necessária à representação do conjunto de conceitos de uma organização, como filosofia, valores, missão, visão, políticas, pensamentos, condutas, posturas e atitudes, tanto do ponto de vista ético-moral quanto administrativo, em todos os níveis da organização. A linguagem institucional é aquela que trata esses assuntos com isenção comercial ou mercadológica, atendo-se, apenas, a identificar, demonstrar e apresentar os conceitos ligados aos temas próprios da organização, com a intenção de informar e satisfazer os interesses de um ou mais públicos ligados à empresa e os dela próprios;
- b) Corporativa, aquela com as mesmas características e objetivos da comunicação institucional, com a particularidade de estar ligada exclusivamente à alta administração das organizações;
- c) Organizacional, a ação estratégica de uma organização, elaborada com base no diagnóstico global e em uma visão geral da organização, levando-se em consideração o processo de relacionamento entre a organização e os seus públicos, individual ou simultaneamente;
- d) Pública ou Cívica, a que promove o fluxo da informação entre as necessidades da sociedade e aquelas que estão disponíveis nas instituições públicas que são, por natureza, as portadoras do interesse coletivo. (CONFERP, 2002)

Além disso, a resolução normativa também apresenta a definição de organização como “grupamento organizacional seja ele classificado como micro, de pequeno, médio ou de grande porte e de qualquer ramo de atividade, público, privado ou misto, com ou sem fins lucrativos;” o que deixa claro que a atividade de Relações Públicas pode estar presente em infinitos campos de atuação, não se limitando a empresas, mas sim a qualquer lugar em que exista agrupamento de pessoas e que haja necessidade de trabalhar seus relacionamentos por meio da comunicação.

Foi o 'dar-se conta' das infinitas possibilidades de atuação das Relações Públicas, a partir do princípio que a comunicação pode ser desenvolvido em diferentes frentes de atuação, que desencadeou um produto audiovisual de discussão teórica e prática sobre a atividade, desenvolvido na disciplina de Técnicas de Televisão<sup>3</sup>, em grupo pela autora, com a supervisão da Professora Orientadora. O vídeo em questão, *Relações Públicas H2O*, parte da leitura pós-moderna do cenário contemporâneo com os estudos de Bauman (2000), utilizando a obra *Modernidade Líquida*. Na obra, o autor traça o paradoxo entre a solidez da sociedade moderna – fixa, sólida, e rígida – e a fluidez da condição pós-moderna – leve e de fácil adaptação. A crítica do autor consiste na volatilidade e na superficialidade das relações nos tempos atuais.

Apesar desta crítica, foi a “extrema mobilidade dos fluidos” que encaminhou para a discussão principal da produção do vídeo. Em sua obra *Modernidade Líquida*, Bauman traz a metáfora do líquido para compreender os tempos em que vivemos

Os fluidos se movem facilmente. Eles “fluem”, “escorrem”, “esvaem-se”, “respingam”, “transbordam”, “vazam”, “inundam”, “borrifam”, “pingam”; são “filtrados”, “destilados”; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos – contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho. Do encontro com sólidos emergem intactos, enquanto os sólidos que encontraram, se permanecem sólidos, são alterados – ficam molhados ou encharcados. A extraordinária mobilidade dos fluidos é o que os associa à ideia de “leveza”. [...] Associamos “leveza” ou “ausência de peso” à mobilidade e à inconstância: sabemos pela prática que quanto mais leves viajamos, com maior facilidade e rapidez nos movemos. Essas são as razões para considerar “fluidez” ou “liquidez” como metáforas adequadas quando queremos captar a natureza da presente fase, nova de muitas maneiras, na história da modernidade (BAUMAN, 2000, p. 8-9).

A “extraordinária mobilidade dos fluidos” em paralelo com a capacidade de mobilidade das Relações Públicas foi o mote que permeou as rodas de conversa entre o grupo e a Professora Orientadora. Dos estudos realizados para a produção do vídeo, ficou a clareza de que a fluidez das relações entre os sujeitos e as diversas organizações da sociedade, públicas ou privadas, passam por um trabalho de ativação do fluxo, de busca de intensidade e constância, bem como do reconhecimento do caráter essencial das relações entre os diversos públicos. A realização do trabalho audiovisual permitiu com que se abrissem novos caminhos de investigação. A temática da “extraordinária mobilidade dos fluidos” abriu as portas para o encontro com a teoria da complexidade aplicada à comunicação social, e posteriormente com outros conceitos relacionados ao campo de atuação das Relações Públicas, à interação de sujeitos, ao funcionamento das organizações e à condição complexa contemporânea. Temáticas que permeiam o desenvolvimento desta pesquisa.

### **Comunicação-trama e Subjetividade**

A comunicação-trama é uma perspectiva teórica comunicacional ligada a conceitos contemporâneos de ciência, e de teorias da comunicação que aproximam os estudos de psicologia e comunicação (Psicomunicação). Trabalhada e desenvolvida por Maria Luiza Cardinale Baptista ao longo de sua carreira como professora e pesquisadora em comunicação, a abordagem contempla o entendimento da subjetividade, afetividade e amorosidade no processo comunicacional.

Com uma abordagem transdisciplinar, o conceito da comunicação-trama tem em sua base trilhas teóricas não apenas comunicacionais, mas sim de diferentes campos do conhecimento. Nela, estão compreendidos os estudos do físico Fritjof Capra, dos filósofos Gilles Deleuze e Felix Guattari, e da brasileira Suely Rolnik. Bem como Edgar Morin, Michel Maffesoli e Cremilda Medina. Além disso, o conceito desenvolvido pela autora está ligado ao FiloCom – Núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação da Escola de Comunicação de Artes – ECA da Universidade de São Paulo – USP, desenvolvido em parceria com a Rede Nacional de Estudos da Nova Teoria da Comunicação coordenada pelo teórico da comunicação *Ciro Marcondes Filho*<sup>4</sup>.

Para que se possa abordar a interface entre as Relações Públicas e a perspectiva da comunicação-trama é preciso, inicialmente, ter claro o deslocamento da matriz epistemológica científica, e conseqüentemente da matriz das Relações Públicas. Ou seja, de uma ciência mecânico-reducionista-cartesiana, para uma ciência com novos pressupostos teóricos de visão sistêmica, complexa e caótica da realidade (BAPTISTA, 2013a). A matriz

reducionista que se fala é compreendida a partir do entendimento de Ciência Moderna

A Ciência na Modernidade, a partir dos pressupostos da Revolução Científica, foi construída através da fragmentação dos fenômenos em suas unidades básicas, para tentar compreender-lhes o funcionamento mecânico, considerando suas manifestações concretas. (BAPTISTA, 2011a)

A matriz mecânico-reducionista da ciência influenciou, e ainda influencia, as mais diferentes áreas do conhecimento, inclusive os estudos em Comunicação Social. No início do século XX, a busca para entender o processo comunicacional estava diretamente ligada à maneira como a sociedade funcionava: fortalecimento das linhas de produção e pessoas compreendidas como indivíduos dentro de grandes massas. Por consequência, nesse mesmo período, a atividade de Relações Públicas esteve diretamente ligada a um modelo de prática em que “a comunicação era entendida, portanto, como uma ferramenta que viabilizava o cumprimento dos objetivos e metas organizacionais.” (SCROFERNEKER, 2008, p.18).

Chegando na metade do século XX, encontra-se uma realidade marcada por diferentes estudos acerca dos efeitos gerados no receptor/indivíduo. Neste período, a Teoria da Dependência apontou como um novo modelo de compreensão da Comunicação Social, com uma visão crítica e de resistência, com foco em compreender o processo de interpretação e satisfação nos receptores, dentro do modelo comunicacional estabelecido, vistos também como agentes em uma sociedade (ARAUJO in MARTINO; FRANÇA; HOHLFELDT, 2002).

Já o final do século XX foi marcado pela teoria crítica da Escola de Frankfurt, que estudava a sociedade como um todo, sendo a Comunicação Social e os estudos dos meios de comunicação um dos vieses abordados. Estudiosos como Adorno, Benjamin, Habermas e Marcuse foram as principais referências desta Escola, que ainda hoje reverbera em nossa sociedade. Nela, a crítica ao sistema estabelecido é elevada, e trouxe grandes contribuições para reflexão do papel dos meios de comunicação. (MATTELART; MATTELART, 1999).

Importante observar que tanto os estudos de recepção quanto a Escola de Frankfurt abordaram a comunicação dentro uma mesma lógica de funcionamento em uma sociedade de massa. Lógica esta que, mesmo criticando o modelo estabelecido, compreendia a comunicação como um mecanismo com funções rígidas para cada etapa, ou seja: um emissor, que se utilizava de um código para enviar uma mensagem por um canal a um receptor, que poderia entender ou não.

Este breve apanhado histórico retoma diferentes estudos realizados nas Ciências da Comunicação ao longo do século passado, ajudando a entender como cada teoria corresponde a realidade social em que está inserida. Nesse sentido, o trabalho proposto aqui busca uma aproximação com a realidade social em que estamos inseridos nesse início de século XXI, o real contemporâneo, a partir de estudos ligados a discussão da pós-modernidade.

A perspectiva da comunicação-trama, escolhida como temática para esse trabalho, “parte do conceito de comunicação associada à noção de trama: comunicação é a interação de sujeitos, a partir do fluxo constante e multidirecional de informação entre eles, uma espécie de trama-teia, composta tanto de elementos visíveis quanto invisíveis.” (BAPTISTA, 2013a). É nesse ponto que fica claro o deslocamento da matriz epistemológica, onde não temos mais definições concretas de papéis (emissor/receptor), e a ideia de comunicação desprende-se da fórmula: emissor que emite uma mensagem, utilizando um determinado canal, a partir de determinado código, para um receptor que recebe ou, no máximo, pode responder, reagir, produzindo *feed-back* (BAPTISTA, 2013b).

Na comunicação-trama, a comunicação é vista como um encontro de interação de

peças, de desejos, de gestos. “Não há mais a concepção de emissor, de um lado, e receptor, de outro. O que importa é a relação.” (BAPTISTA, 2013a). Não havendo a rigidez de uma fórmula comunicacional, a perspectiva da 'trama' passa a ser um convite ao profissional de Relações Públicas para enxergar-se parte integrante da trama comunicacional.

Importante trazer para conhecimento que este encontro comunicacional não é um encontro de igualdades, mas sim um encontro de realidades. E esse encontro pode ser harmonioso e suave, ou então acontecer como um choque. Para as Relações Públicas, que tem como uma de suas frentes de atuação o gerenciamento de crises, a perspectiva da comunicação-trama agrega no sentido do entendimento que o conflito também faz parte da condição caótica e complexa em que vivemos.

A ideia de deslocamento da matriz epistemológica, no ponto de partida das Relações Públicas, da qual esse trabalho aborda, não tem como objetivo ignorar toda a trajetória e construção da profissão. Pelo contrário, propõe-se que as ideias aqui apresentadas sejam agregadores a todo trabalho já desenvolvido. Além disso, se reconhece que é justamente o entendimento do processo histórico das práticas das Relações Públicas que trilha o caminho até a compreensão do cenário atual em que a atividade está inserida.

Após entender um pouco sobre o deslocamento da matriz epistemológica, se faz importante o entendimento da subjetividade compreendida nessa interação complexa de sujeitos. Se a comunicação é a interação de sujeitos em uma trama comunicacional, e o que importa é a relação, quem são esses sujeitos?

[...] cada sujeito é uma 'mistura' singular de informações, vivências, características em geral, sensações, ainda que, no caso de sujeitos do mesmo grupo, por exemplo, haja a coincidência destas influências. E é esse sujeito, mutante, em constante autoprodução que se considera como tendo qualidades ou praticado ações, que se relaciona a partir dos fluxos comunicacionais (BAPTISTA, 2013a).

Para nós, comunicadores e Relações Públicas, o sujeito passa a ser compreendido também como o receptor, e não 'apenas' receptor. Lembrando que, na abordagem da trama comunicacional, não há papéis fixos e rígidos, ou seja, o mesmo sujeito que recebe, também emite.

O receptor, nesta perspectiva, não é alvo, em que se dispara. O receptor é o 'ser amado' a quem nos dirigimos, visando sua afecção e consenso, na condução de ações de compartilhar. O receptor é nosso sustento existencial, no sentido de que o comunicador vive, em essência, para tentar construir esses encontros amoroso-comunicacionais. (BAPTISTA, 2013b)

Quando é mencionado que o receptor “não é alvo”, mas sim “o 'ser amado' a quem nos dirigimos” faz-se a conexão com o conceito de amorosidade a partir da abordagem de Humberto Maturana, onde “O amor é a emoção que constitui o domínio de condutas em que se dá a operacionalidade da aceitação do outro como legítimo outro na convivência, [...]” (MATURANA, 1998, p. 23). Além disso, proporciona às Relações Públicas a possibilidade de ver o público como 'público-de-interação', ao invés de 'público-alvo', em que se tem a sensibilidade de compreender a singularidade de cada processo/acontecimento comunicacional.

Trata-se, então, de uma postura profissional amorosa em que se tem o cuidado de compreender o 'todo' do processo comunicacional como um sistema, e não mais como

fragmentos, “Isso significa, imediatamente, que nada é detalhe. Tudo é fundamental.” (BAPTISTA, 2013b).

O deslocamento de matriz de que se fala nesta pesquisa está relacionado não unicamente à teoria, mas também um deslocamento no comportamento do profissional. “O real contemporâneo pede um cientista para compreendê-lo. Um cientista mais sensível” (BAPTISTA, 2013). E esse mesmo real contemporâneo exige pessoas, sujeitos, cidadãos, e também profissionais de Relações Públicas mais sensíveis.

Ou seja, não se propõe aqui uma nova concepção de Relações Públicas. A definição da atividade, que tem sua origem em 1967, recentemente atualizada em 2002, segue valendo: “Todas as ações de uma organização de qualquer natureza no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com seus públicos são consideradas de Relações Públicas e, portanto, não se subordinam a nenhuma outra área ou segmento.” (CONFERP, 2002). O que se propõe é contribuir para uma nova postura de um profissional atendo aos sistemas e às mutações do real contemporâneo.

## **Complexidade**

A teoria da complexidade desenvolvida por Edgar Morin encontra diferentes desdobramentos no campo comunicacional. Na obra de Baptista (2011a), a contribuição da teoria constitui-se, principalmente, em enxergar o processo comunicacional como trama complexa. Para a autora, Morin “[...]é uma referencia importante, quanto à flexibilização do processo de busca do conhecimento, considerando a incerteza como algo inerente” (2011a) .

Para as Relações Públicas, neste início de século XXI, a teoria da complexidade tem contribuído diretamente com os estudos de comunicação organizacional relacionados à complexidade das organizações contemporâneas, em que “[...] pode-se dizer que as organizações são produto e produtoras da sociedade, ou seja, ao mesmo tempo, são resultado da ação sociocultural e suas construtoras.” (BALDISSERA in KUNSCH, 2009, p. 136).

No trabalho desenvolvido pelos autores de referência para este trabalho (SCROFERNEKER, 2008; BALDISSERA, 2009; RECH, 2007), a teoria da complexidade de Morin encontra sua aplicabilidade na comunicação organizacional, compreendendo a organização dentro de um processo complexo, ou seja, uma organização que tece e é tecida pelo meio em que está inserida.

A perspectiva da complexidade para a comunicação organizacional parte de um entendimento de condição de mundo complexo para se chegar ao entendimento de organização complexa. A realidade complexa em que estamos inseridos é entendida por “[...] aquela que atualiza, entre outros aspectos, com o emaranhado de interações, retroações, inter-relações, tensões, conflitos, resistências, cooperações, desorganização e desordem.” (BALDISSERA in KUSCK, 2008, p. 140). Com base nesse entendimento chega-se a compreensão de uma organização que está inserida nesse cenário complexo e, portanto, também vive este emaranhado de interações.

Em sua tese de doutorado, Rech (2007) utiliza a definição de duas macro-dimensões para o desenvolvimento do seu trabalho. São elas: complexidade e a autopoiese. Seu trabalho compartilha da visão de Baldissera (2009) quando diz que as organizações tecem e são tecidas pelo ambiente em que se encontra. No que se refere a autopoiese, a autora apresenta a perspectiva do conceito ligada a organização

Então, parte-se da perspectiva da empresa como um sistema vivo e aberto, integrado pelos fluxos de informações entre as pessoas que a compõem, ocupando diversas

posições e representando diferentes papéis. [...] Por esta abordagem, a comunicação organizacional é indissociável e constitutiva do processo autopoietico que gera a vida organizacional ou, ainda, suas práticas. (RECH, 2007, p.50)

Uma das principais contribuições da complexidade para a comunicação organizacional está no fato de não se acreditar na existência de um formato único para explicar e fazer a comunicação (BALDISSERA in KUNCK, 2009). O que possibilita a abertura de um campo para o desenvolvimento de um profissional de Relações Públicas capaz de compreender as organizações como um sistema vivo em relação ao meio.

### **Coletivo Labs *Coworking***

O estudo de caso deste trabalho foi realizado com a empresa Coletivo Labs *Coworking*. Em funcionamento na cidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, desde 2011, o Coletivo Labs trabalha em um modelo de gestão livre, não engessado, em que as transformações, tanto no plano físico quanto no plano estratégico acontecem a partir da interação com as pessoas que estão conectadas na rede de relacionamento da empresa. O Labs trabalha em quatro frentes de atuação, são elas: escritório coletivo, incubadora de empresas criativas, projetos coletivos, e cursos, oficinas e eventos.

O *coworking* (co-trabalhar) é um conceito que nasce da união de pessoas que trabalham independentes umas das outras mas no mesmo espaço físico, compartilhando valores e buscando sinergia.

A prática do compartilhamento de espaços de trabalho, com a denominação de *cowork* é recente. Não há estudos acadêmicos aprofundados sobre esse modelo, o que se encontram são artigos e matérias em revistas que abordam o assunto associando-o à movimentação econômica. No que se refere à criação e ao surgimento do *coworking*, não há registro de um marco inicial; porém há relatos de que o início teria sido nos Estados Unidos, na década de 1990. Os dados apresentados acima são resultado de um levantamento de informações em sites e periódicos, com o objetivo de conceituar e apresentar aspectos históricos do tema. Destaque nesse sentido para as publicações “E se todo mundo trabalhasse em casa?”<sup>5</sup> e “Escritório Coletivo”<sup>6</sup> da Revista Superinteressante.

Em uma localização central, o Coletivo Labs está instalado em uma ampla e aconchegante casa, o que torna o ambiente amigável não apenas aos visitantes, mas principalmente aos *coworkers*<sup>7</sup>. Com funcionamento das 9 às 21 horas, sem fechar ao meio dia, o Labs conta com recepção, salas para *coworkers* fixos, sala compartilhada, cozinha, sala de reuniões, terraço, sótão, auditório, estúdio de fotografia, escola de inglês e internet de qualidade em qualquer lugar da casa. É coordenado pelos sócios-proprietários Samir Madi Cabral e Geraldine Moojem.

Samir é estudante de Sistemas Informação e tem experiência de mercado em Tecnologia da Informação. Geraldine tem formação em Publicidade e Propaganda e especialização em Marketing, trabalhou em agências de Propaganda, no setor de marketing em empresas e morou em Londres por cerca de cinco anos. No início do negócio havia um terceiro sócio, o Lucas, que também tem formação em Publicidade e Propaganda.

Desde 2011, ano de sua inauguração, até a realização desta pesquisa no segundo semestre de 2013, passaram pela casa mais de cem *coworkers* e quarenta empresas. Nesse mesmo período foram realizados mais de cem eventos e mais de dez projetos culturais foram apoiados pelo Labs. O site já teve mais de 15.000 visitas, a página do *facebook* mais de 30 mil acessos e possui 3.442 curtidas (em 16 de novembro de 2013)<sup>8</sup>.

A escolha do Coletivo Labs para estudo de caso deve-se ao fato da empresa apresentar um modelo de negócio em que as discussões teóricas propostas neste trabalho encontram um campo fértil para desenvolvimento, justificado no trecho abaixo destacado:

[...] processo comunicacional no contexto nas organizações que passa a contar com atores sociais que atuam em palcos e cenários mutantes, dinâmicos, interagindo mediante lógicas nem sempre previsíveis, mas que demanda previsibilidade. Os espaços organizacionais deixam de ser lineares, colocando em xeque o modelo informacional simplificador, tecnicista e instrumental. (SCROFERNEKER, 2008, p.26)

A capacidade de transformação e inovação, a aceitação da condição caótica e a interação complexa de sujeitos dentro de sua rede de relacionamento acabam sendo o campo fértil de produção do Coletivo Labs, expressos na fala de Geraldine Moojen, sócia-proprietária do Labs, *“A única regra é que não tem que ter regra. Que não tem que engessar. Tem que esperar a pessoa vir para poder modelar. Sem diálogo isso aqui não anda.”*

A pesquisa de campo, realizada no segundo semestre de 2013, teve seu início em setembro, com a aproximação com o Coletivo Labs por meio reuniões e atividades abertas ao público. A formalização da pesquisa aconteceu em outubro daquele ano. Por meio de pesquisa qualitativa de caráter exploratório (YIN, 2005), a coleta de dados foi feita com a utilização de diferentes ferramentas metodológicas: diário de campo; observação participante em reuniões e atividades, incluindo “Labs Apresenta”; observação das ferramentas de comunicação *online* e entrevista aberta com Geraldine Moojen.

O “Labs Apresenta” foi um encontro de *coworkers* que aconteceu nos dias 30 e 31 de outubro e 1º de novembro com objetivo de estimular a interação entre as pessoas e empresas que trabalham no Labs. Das vinte e uma pessoas ou empresas que atuavam no Labs, quinze participaram. A observação participante<sup>9</sup> aconteceu nos dois primeiros dias do evento, pois o último dia foi dedicado a um encontro festivo. Além do acompanhamento presencial, toda a atividade foi registrada em áudio totalizando 4h52min de gravação e resultando em um relatório com decupagem de principais falas.

A entrevista aberta<sup>10</sup> aconteceu com a sócia-proprietária Geraldine Moojen no dia 14 de novembro de 2013. A entrevista também foi registrada em áudio, totalizando 1h24min de gravação e transcrição de todo conteúdo. Por essa metodologia ter como característica a flexibilidade e exploração, a conversa partiu de um roteiro base, definido previamente junto a Professora Orientadora deste trabalho, com tópicos a serem abordados durante a conversa.

Após a coleta de dados, fez-se uma primeira exploração no conteúdo, que resultou na decupagem do material coletado, chegando na construção do recorte de falas que foi feita a partir do que se coletou no processo de pesquisa por meio das ferramentas metodológicas mencionadas. Com isso, chegou-se ao agrupamento de categorias buscando a conexão do que foi coletado com a temática da pesquisa.

Nesse sentido, definiu-se duas categorias distintas: caos e complexidade, e comunicação complexa e interação de sujeitos. Em cada categoria serão apresentadas falas acompanhadas de comentários e citações teóricas desse trabalho.

## **Caos e complexidade**

*“Esse profissional não está mais se encaixando em um modelo de trabalho. E se essas empresas grandes não se adaptarem, eu vou roubar todo mundo. E não é porque eu quero roubar todo mundo e ficar rica. É por que eles não tão vendo o que a gente já tá vendo.*



*Porque a gente tá gritando e ninguém tá atendendo. Então não é um modelo de trabalho que vai revolucionar o mundo. (...) A gente chegou no caos, da profissão, da moradia, da política, da saúde, a gente tá no caos. Vai mudar tudo, cara. Tá mudando. E se a galera não se mexer, vai perder.”* (Geraldine Moojen – Entrevista aberta)

*“A inspiração a criatividade não vem do isolamento. Ela vem do caos, da desorganização, da necessidade, dos conflitos.”* (Geraldine Moojen – Entrevista aberta)

*“É experimental, os projetos são todos experimentais. Não é que a gente não saiba o que tá fazendo, mas também é. Porque o experimentalismo é isso (risos). É, tipo, tu arriscar também. Eu sei que vocês no Labs tem um pouco desse “faça você mesmo”, muito na verdade. Esse faça você mesmo que é verdadeiro e flui”* (Breno Dallas, agente cultural Manifestasol Coletivo – Diário de Campo, Labs Apresenta)

A primeira fala de Geraldine aponta, primeiramente, para uma ruptura como modelo tradicional de produção, de ruptura com o sistema preestabelecido de modo de funcionamento com bases em estruturas rígidas. Pode-se identificar que parte também de pressupostos teóricos de quebra com um sistema moderno de funcionamento mecanico-reducionista.

Assim como feito nas discussões teóricas desse trabalho, a prática do Coletivo Labs também busca estar atento ao real contemporâneo. As falas de Geraldine, destacadas neste recorte, evidenciam a aceitação da condição caótica e da complexidade como condição favorável para produção no Coletivo Labs. O que tem ligação com a fala de Baptista (2011a) “Caos que deve ser entendido não como algo nocivo, mas como garantia de flexibilidade neuronal que dá suporte aos processos de aprendizagem”.

Além disso, o recorte da fala de Breno Dallas reflete a própria concepção do caos e da condição mutante, o “faça você mesmo que é verdadeiro e flui” como substrato para produção.

### **Comunicação complexa e interação de sujeitos**

*“Para nós, o coworking é um estilo de vida que a gente considera (...) é filosofia de ter pessoas legais ao redor da gente.”* (Samir Madi Cabral – Diário de Campo, Labs Apresenta)

*“A gente não vê o espaço com o só para locar, a gente pensa nas pessoas. Então, nossa maior preocupação são as pessoas, e a qualidade das pessoas pra tá fazendo uma rede legal, um networking bacana.”* (Geraldine Moojen – Diário de Campo, Labs Apresenta)

*“Eu encaro a consultoria como um projeto que reúne vários talentos com especialidades diferentes e complementares dentro de uma proposta de consultoria colaborativa. Muito parecido do que a própria casa aqui faz.”* (Marcia Garbin, Nido Consultoria em Marketing – Diário de Campo, Labs Apresenta)

*“A primeira etapa é o ante projeto. Aí no ante projeto o cliente vai apresentar o briefing. Na verdade a gente faz uma lista de desejos, que eu chamo, aí eu traduzo essa lista de desejos do cliente pro terreno onde ele quer fazer essa construção.”* (Lais Porto, proprietária da empresa Lui Porto Arquitetura – Diário de Campo, Labs Apresenta)

*“Os principais conceitos são os conceitos que eu tenho, são ideologias pessoais. De forma de*

*vida, da casualidade, de tentar viver de uma forma mais próxima da natureza e fazendo tudo isso fugindo dos clichês que todo mundo segue*” (Guilherme Wentz, designer na marca que leva seu nome – Diário de Campo, Labs Apresenta)

As falas aqui expressas convergem tanto no conceito da interação complexa de sujeitos, quanto na relação profissional amorosa. Evidenciam um modelo fluído de funcionamento, que se produz a partir do diálogo, do encontro e da demanda do outro, exemplificado na fala da arquiteta Lais que transforma o *briefing* do cliente em uma lista de desejos.

A interação complexa de sujeitos, da qual Baptista (2013a) aborda em seus estudos, encontra-se principalmente na rede de contatos do Coletivo. Ao afirmar que “*Sem diálogo isso aqui não anda.*” Geraldine traz a comunicação entre os sujeitos como fator primordial para o funcionamento, podendo ser relacionada a discussão teórica deste trabalho onde “Não há mais a concepção de emissor, de um lado, e receptor, de outro. O que importa é a relação.” (BAPTISTA, 2013a).

Vale destacar que no Coletivo Labs há uma grande diversidade entre as empresas que atuam (arquitetura, consultoria, engenharia civil, design, curadoria de conteúdo, publicidade e propaganda, etc.). Percebe-se, então, que as rupturas aqui abordadas, quando se fala da comunicação ou do modo de produção, está disseminada em diferentes setores. Setores esses que demandam profissionais de comunicação ligados a essa realidade de ruptura em que estão inserido.

### **Ferramentas de comunicação *online***

Além do trabalho de pesquisa de campo envolvendo ferramentas metodológicas de diário de campo, observação participante e entrevista, também foi registrada a observação das ferramentas de comunicação *online* do Coletivo Labs. A análise aconteceu por meio de observação e documentação do web site e da página oficial no *facebook* no período de 30 dias. A observação buscou compreender como esses canais se comportam e acompanham o fluxo de acontecimentos do Coletivo Labs.

O site do Coletivo Labs está registrado no endereço <<http://coletivolabs.com/>> e foi desenvolvido dentro do Coletivo pelo Samir. Nele constam informações básicas sobre o Coletivo Labs: contato, produtos, infraestrutura, fotos, planos de trabalho, informações de cursos. A proposta gráfica apresenta menu simples e de rápido acesso. Todas as informações estão em apenas uma página, que se tem acesso a partir do comando de rolagem do mouse.

No período de observação, 16 de outubro a 16 de novembro, o web site permaneceu com as mesmas informações, o que se conclui que o site possui um caráter estático tendo por objetivo fornecer informações, podendo ser considerado como um meio informacional, apenas.

Constatação que se confirma com a fala de Geraldine, que durante a entrevista aberta diz: “*O site é coisa mais difícil para fazer por que ele é estático e a gente não é estático. Pra que se usa site hoje? Endereço e telefone, ponto. Quem quiser se relacionar com a empresa vai ligar. O site não é relacionamento, é estático.*”

A página oficial no *facebook* do Coletivo Labs está registrado no endereço <<https://www.facebook.com/coletivolabs>> e possuía no período da pesquisa 3.443 curtidores. A postagem de conteúdos da página foi feita internamente pela Geraldine em parceria com a empresa Matilda curadoria de conteúdo, que funcionava no Labs. Diferente do web site, o *facebook* permite não apenas a divulgação de diferentes conteúdos relacionados ao Coletivo

Labs na mesma medida em que o fluxo acontece, como também a interação com as pessoas que acompanham a página.

O fato das pessoas estarem diretamente conectadas no *facebook* por meio dos seus perfis pessoais facilita ao acesso virtual ao Coletivo Labs, pois não há necessidade de buscar por outro meio, como acontece no site. No período de observação houveram trinta e três publicações ou atualizações na página, com diferentes conteúdos: sobre os coworkers, sobre eventos que estavam acontecendo no dia e sobre cotidiano da casa.

A observação do site e *facebook* do Coletivo Labs permitiu evidenciar a particularidade de cada ferramenta. O site representa uma ferramenta estática de ocupação de espaço da rede *online*, com informações fixas de apresentação da empresa. Já a página no *facebook* consegue acompanhar a dinamicidade das atividades que acontecem na empresa.

### **Considerações finais**

Como resultado da pesquisa podemos observar que a transversalidade do conceito comunicação-trama conectados com a subjetividade, amorosidade e complexidade, permite compreender a comunicação para além do sistema emissor/receptor. Para as Relações Públicas, a relação do conceito contribui para a formação de um profissional mais sensível, que possa ampliar a visão dos públicos de trabalho e enxergar também os sujeitos que estão compreendidos neles, ou seja, relativizar quem o é receptor. Nas palavras de Baptista (2013b), “O receptor, então, não deve apenas ser excitado com a emissão. Ele precisa ser envolvido, de tal forma, a acolhê-la como parte dele mesmo, acreditando, confiando nas sensações acionadas, como uma verdade amorosa, plena.”.

O Estudo de Caso permitiu, por meio de pesquisa qualitativa de caráter exploratório, a aproximação das discussões teóricas com a prática vivida no Coletivo Labs, apresentada por meio do recorte de falas. Além disso, comprova a existência de um cenário emergente de organizações que possuem o seu fazer e a sua produção pautada pela aceitação de uma realidade complexa e caótica. E é nesse cenário que se encaixam as discussões de aproximação das teorias contemporâneas com a atividade de Relações Públicas como um campo potência líquida.

Ao compreender as Relações Públicas a partir da noção de comunicação-trama como um processo complexo de interação de sujeitos, conclui-se que se trata de uma atividade conectada com as demandas contemporâneas, tanto justificadas através das discussões teóricas, por meio da pesquisa bibliográfica, quanto no fazer real apresentado por meio do estudo de caso com o Coletivo Labs.

Esse estudo não tem por objetivo estabelecer a ‘formatação’ de condutas ao profissional de Relações Públicas e defender que ‘o caminho da verdade’ agora é a comunicação-trama. O que se busca é compor a grande trama de saberes das Relações Públicas e contribuir com o profissional que sempre se utiliza das estratégias para efetivação de seu trabalho, para que possa agregá-la em sua trajetória. Espera-se que, a partir das discussões propostas novos debates, discussões e produções sejam impulsionados.

### **Referências**

BALDISSERA, Rudimar. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). **Comunicação organizacional**. São Paulo : Saraiva, 2009. p. 135-164

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Comunicação: trama de desejos e espelhos.** Os metalúrgicos, a televisão e a comunicação. Canoas, RS. Editora ULBRA, 1996.

\_\_\_\_\_. **Psicomunicação:** a trama de subjetividades. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/5f377526a305b8cd614e801f1c95e201.PDF>. Acesso em: 06 de agosto de 2013a.

\_\_\_\_\_. **Comunicação, Amorosidade e Autipoiese.** Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/142120151171703635339999300420813463589.pdf>. Acesso em: 06 de agosto de 2013b.

\_\_\_\_\_. **Imagem, Sujeito e Mídia.** Projeto de Pesquisa. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2011a.

\_\_\_\_\_. **Ensino 'pra que te quero?'. práticas desejanter, amorosas e autopoieticas no ensino de Comunicação Conexão.** Comunicação e Cultura, Caxias do Sul, RS , v.10, n.19, p., jan. 2011b.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

BIAZUS, Natalia; NASCIMENTO, Luana Braz do; STEINER, Cristiane. **Relações Públicas H2O.** Produto Audiovisual. Brasil: 2min26s, 2001. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=rB0W1wSDMcY> Acesso em: 06 de agosto de 2013.

BRASIL, 1968. **Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968.** Dispõe sobre a aprovação da Regulamento da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967. Disponível em: [http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=63283&tipo\\_norma=DEC&data=19680926&link=s](http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=63283&tipo_norma=DEC&data=19680926&link=s). Acesso em: 5 de agosto de 2013.

CONFERP, 2002. **Resolução Normativo nº 43, de 24 de agosto de 2002.** Define as funções e atividades privativas dos Profissionais de Relações Públicas. Disponível em: <http://www.conferp.org.br/?p=407>. Acesso em: 5 de agosto de 2013.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINO, Luiz Claudio; FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antônio. **Teorias da comunicação:** conceitos, escolas e tendências. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação.** São Paulo: Loyola, 1999.

MATURANA, Humberto R. **Emoções e linguagem na educação e política.** Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MOURA, Cláudia Peixoto de (Org.). **História das relações públicas:** fragmentos da memória de uma área [recurso eletrônico]. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. Disponível em:

<http://www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf>. Acesso em: 20 de maio de 2013.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. **O diálogo possível:** comunicação organizacional e paradigma da complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

- <sup>1</sup> Discussão realizada no encontro de orientação de pesquisa no dia 14 de agosto de 2013. Anotações do Diário de Campo.
- <sup>2</sup> Expressão usada por Maria Luiza Cardinale Baptista, em reunião de orientação, quando se discutia a atuação de Relações Públicas e suas possibilidades. Segundo ela, a noção de potência decorre dos estudos a partir da Esquizoanálise, de Félix Guattari e Gilles Deleuze, e a liquidez vincula-se ao texto de Bauman, que está sendo referido neste trabalho. A aproximação com os conceitos de Guattari e Deleuze é feita através dos textos de Baptista, estudados para esta pesquisa.
- <sup>3</sup> Disciplina ministrada por Maria Luiza Cardinale Baptista, no primeiro semestre de 2011, no curso de Comunicação Social Habilitação em Relações Públicas da Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.
- <sup>4</sup> Pesquisador de conceito 1A do CNPq, é o criador do Princípio da Razão Durante, a base da Nova Teoria da Comunicação, que propõe um saber específico e original para a área de Comunicação, assim como um procedimento de pesquisa próprio, o metáporo. Formado em C. Sociais e Jornalismo (USP/SP), doutor pela Univ. Frankfurt, pós-doutor pela Univ. Grenoble (França), titular da Cátedra UNESCO "José Reis" de Divulgação Científica, é professor titular da ECA-USP desde 1987.
- <sup>5</sup> Disponível em: <http://super.abril.com.br/cotidiano/se-todo-mundo-trabalhasse-casa-667585.shtml> Acesso em 24 de outubro de 2013.
- <sup>6</sup> Disponível em: <http://super.abril.com.br/cotidiano/escritorio-coletivo-620320.shtml> Acesso em 24 de outubro de 2013
- <sup>7</sup> Termo utilizado para definir as pessoas que trabalham em um espaço de *coworking*.
- <sup>8</sup> Dados obtidos no período da realização da pesquisa, em novembro de 2013. Atualmente o site ultrapassou as 23 mil visitas, a página no facebook tem mais de 45 mil acessos e 5.602 curtidas (em 28 de novembro de 2014).
- <sup>9</sup> A observação participante é compreendida a partir do conceito “da inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno e de sua interação com a situação investigada” (PERUZZO in DUARTE; BARROS, 2005, p. 125).
- <sup>10</sup> A entrevista aberta parte do princípio do recurso metodológico da entrevista em profundidade em que “busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte.” (DUARTE in DUARTE; BARROS, 2005, p. 62), sendo a entrevista aberta “essencialmente exploratório e flexível, não havendo sequência predeterminada de questões ou parâmetros de respostas” (DUARTE in DUARTE; BARROS, 2005, p. 65).