

Da sociedade disciplinar à sociedade dos afetos: a positividade como mecanismo de opressão nas organizações¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo investigar mudanças nas práticas da cultura organizacional que baseiam-se em uma lógica de positividade e de afeto dos indivíduos para com a empresa. A pesquisa traz uma perspectiva foucaultiana para correlacionar conceitos filosóficos à prática das Relações Públicas nas organizações. Por fim, fundamentados nos conceitos basais das Relações Públicas Excelentes e da Teoria Crítica das Relações Públicas, a pesquisa conclui que mesmo que os fundamentos da prática das RPs tenham como objetivo a mediação entre os públicos, as organizações ainda procuram utilizá-las como uma ferramenta de manipulação.

Palavras-chave

Cultura organizacional; Teoria crítica; Positividade; Identidade; Relações de poder.

Introdução

Ao longo de sua existência, as Relações Públicas sempre estiveram próximas ao universo do trabalho e das organizações privadas. A partir dessa relação, nasceram diferentes vertentes de estudo e prática voltadas para os públicos de interesse das empresas, como a comunicação interna, para o público interno; a assessoria de imprensa para o público externo e a cultura organizacional, que acaba dialogando com ambos.

Com o avanço das tecnologias e mudanças nas relações de trabalho, a noção de cultura organizacional tornou-se cada vez mais relevante para a imagem das empresas, questão motivada principalmente pela possibilidade de exposição de práticas negativas das empresas em redes sociais, por ferramentas de avaliação anônima como o *glassdoor*, e a criação de certificações como a *Great Place To Work*, que classificam as melhores empresas para trabalhar a partir da opinião de seu público interno.

Nesse sentido, a comunicação é uma ferramenta amplamente utilizada na missão de convencer os públicos, interno e externo, que tal empresa é um bom lugar para se trabalhar, e por conta disso, frequentemente têm como função gerar a identificação dos públicos, na intenção de reter os funcionários já existentes na empresa e atrair novos talentos a partir da oferta de benefícios trabalhistas e de uma cultura organizacional sólida e agradável.

Apesar desses esforços, o ambiente organizacional é um ambiente de disputas de poder, de sentidos e de interesses entre a organização e os trabalhadores. Inserido no contexto neoliberal

¹Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Discurso, identidade e relações de poder, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

da sociedade capitalista que busca a maximização dos lucros, o componente humano torna-se objeto de exploração a partir da assimetria de poderes que existe entre a organização e seus empregados.

A partir da análise deste contexto e da crescente utilização dos mecanismos comunicacionais por parte das empresas, este artigo tem como objetivo investigar o papel das Relações Públicas na mediação dos conflitos e como esta mediação se dá nos tempos atuais. A problematização abordada leva em consideração a assimetria de poderes e a utilização da manipulação dos públicos internos por meio da construção da identidade corporativa, da cultura organizacional e da estruturação dos afetos em prol de uma visão positiva da exploração. O trabalho foi construído a partir da pesquisa bibliográfica de abordagem qualitativa, com referencial teórico central ancorado nos conceitos de sociedade disciplinar de Michel Foucault, trazendo também o paradigma contemporâneo abordado nos escritos de Frédéric Lordon e Byung-Chul Han.

Identidade corporativa e construção do afeto

A definição de identidade é um tema complexo e amplamente explorado nos campos da linguística e da comunicação. Após estudar os escritos de diferentes autores que trabalham tal conceito, Baldissera (2020) concluiu que, embora estes possam apresentar diferentes abordagens sobre o tema, é possível identificar uma convergência de ideias entre eles: é impossível refletir sobre a ideia de identidade sem trabalhar também a noção da diferença. Tal pressuposto implica que as identidades são discernidas através da constatação das diferenças entre o eu e o outro; nesse sentido, a identidade corporativa é frequentemente construída e vista pelo seu público interno como composta por valores, ideais e objetivos que diferem dos seus próprios.

Nas diferenças que existem entre o indivíduo e a organização surgem os conflitos, que muitas vezes são mediados através dos recursos comunicacionais. A partir da constatação da assimetria de poderes entre os envolvidos, entende-se que tal mediação se dá, em grande parte das vezes, a partir da reafirmação da assimetria, na qual o indivíduo é dependente e dominado pela organização a partir das estruturas de relação salarial (Lordon, 2015).

Ao analisar a dominação num mundo neoliberal, Frédéric Lordon resgata os escritos de Espinosa e Bourdieu e introduz os conceitos de *conatus*² e afeto³ desenvolvidos pelos autores citados para levantar a ideia de que “sem o desejo conativo de agir, e se a dominação requer do

² Segundo o autor, “Impulso de potência desejante que dá sua energia à ação” (Lordon, 2015, p.189).

³ “As forças que determinam suas orientações [das ações] concretas” (Lordon, 2015, p.189).

sujeito certo tipo de ação, de ações conformes, então, podemos dizer que essa dominação consiste em certa produção de afetos e desejos” (Lordon, 2015, p.189).

Isto posto, entende-se que na sociedade atual, a qual Lordon chama de “Sociedade dos Afetos”, a dominação exercida por meio dos dispositivos de opressão e vigilância, antes essenciais na sociedade disciplinar, conceito cunhado e amplamente discutido nas obras de Foucault, começa a dar lugar à dominação a partir da criação de um desejo positivo de ser dominado no indivíduo. Essa mudança se dá principalmente porque, num mundo globalizado onde os indivíduos conquistaram fácil acesso às informações e tornaram-se também produtores destas, os dispositivos da sociedade disciplinar ganham o contorno de opressivos e indesejáveis, dando lugar então à “Sociedade do Desempenho”⁴, onde “No lugar de proibição, mandamento ou lei, entram projeto, iniciativa e motivação” (Han, 2024, p.22). Dessa forma, a alteridade existente entre a organização e o indivíduo começa a dar lugar a uma unidade de pensamento e de características, e o indivíduo se torna, mais do que nunca, parte não só constituinte, mas homogênea com a organização a partir de uma retórica de positividade e empoderamento, eliminando assim os conflitos advindos das diferentes identidades. Os empregados não são mais funcionários da empresa, mas sim “Itubers” e “Nubankers”, parte de um todo, no qual cada um tem seu papel pré-definido e o mesmo objetivo: o da empresa.

A partir do desenvolvimento de tal homogeneidade, busca-se aumentar a produtividade dos indivíduos por meio da positividade do poder⁵ (Han, 2024), pois “O sujeito de desempenho é mais rápido e mais produtivo que o sujeito da obediência.” (Han, 2024, p.23). O discurso controlador passa a dar lugar, então, ao discurso motivacional. A ideia do objetivo inalcançável deixa de existir; o objetivo da empresa é o objetivo do empregado, e os resultados e atingimento de metas passam a ser responsabilidade única e exclusivamente de cada indivíduo, e não mais das estruturas. Dessa forma, convencido de que faz parte de uma estrutura, mas ao mesmo tempo é também empreendedor de si mesmo, o funcionário inicia sua autoexploração, transformando-se simultaneamente em vítima e agressor de si mesmo.

O papel das Relações Públicas

Historicamente, as Relações Públicas trazem como pressuposto a utilização da comunicação como mecanismo de mediação entre organizações e públicos que possuem diferentes objetivos por meio da utilização do modelo simétrico de duas mãos, criado por James

⁴ Termo cunhado por Byung-Chul Han para se referir à sociedade atual (Han, 2024).

⁵ No sentido trazido pelo autor, a positividade advinda da ideia de que nada é impossível (Han, 2024, p.27).

Grunig é considerado como uma prática das Relações Públicas Excelentes, pois a partir da aplicação deste conceito, os públicos serão ouvidos e seus interesses serão colocados em prática (Grunig, Ferrari e França, 2011).

Porém, ao analisar a prática a partir da Teoria Crítica das Relações Públicas (Silva, 2024), entende-se que esta não é neutra, tendo em vista que boa parte de sua produção é baseada no paradigma organizacional, deixando de lado a análise da interferência dos processos ideológicos e sociais nas organizações e nos indivíduos com que se relacionam. Dessa forma, se a construção da cultura organizacional é permeada, muitas vezes comandada, pelo profissional de RP e “A cultura organizacional é como um poderoso mecanismo que visa a conformar condutas, homogeneizar maneiras de pensar e viver na organização, trazendo para dentro de si uma imagem positiva em que todos são iguais” (Freitas, 1991 *apud* Andreucci, 2023, p.43), infere-se que a prática das Relações Públicas nas organizações pode ser utilizada como um mecanismo de opressão, e não de mediação, entre os públicos.

Nesse caso, vemos que os esforços para opressão dos públicos, realizados pelas organizações que buscam maximizar seus lucros, utilizam as Relações Públicas para conduzir a cultura organizacional de uma sociedade disciplinar para uma sociedade de desempenho, utilizando como meio a positividade do poder e os mecanismos afetivos. Nas palavras de Lordon: “À sua maneira, o capitalismo revisita, então, um problema muito clássico da filosofia política, redescobrimo com ela que é mais eficaz, e produtivo, governar na alegria do que no medo” (Lordon, 2015, p.194).

Conclusão

A partir da análise bibliográfica realizada e do cruzamento entre os conceitos de Foucault e a Teoria Crítica das Relações Públicas, é possível identificar o deslocamento das RPs da posição de *mediadoras*, que buscam equilibrar as relações de poder e alcançar a real compreensão mútua para a posição de *maquiadoras*, cujo objetivo é adaptar os interesses e mecanismos do capital para uma linguagem mais acessível, suave e positiva. A leitura de Foucault e Lordon demonstra que o poder na atualidade é exercido não através da opressão, mas da criação do desejo de ser oprimido nos indivíduos.

Desta forma, os autores analisados ao longo da pesquisa levam à conclusão de que as Relações Públicas ao invés de trabalhar sob a perspectiva de Grunig, são instrumentalizadas pelas organizações para criar o desejo de exploração por meio das práticas de cultura e

comunicação organizacional. Esta constatação é resultante da correlação entre os conceitos da sociedade do desempenho de Han e da noção de identidade de Baldissera. Se a identidade se afirma a partir da diferença entre os indivíduos e a organização busca a homogeneização desta por meio do discurso motivacional, conclui-se, a partir dos conceitos abordados, que a comunicação deixa de ser um espaço de mediação para tornar-se um instrumento de conformação ideológica.

Referências

ANDREUCCI, Sergio. **Riscos de comunicação:** a relevância da gestão da identidade nas relações públicas. São Paulo: Editora Aberje, 2023.

BALDISSERA, R. MAFRA, R. Discursos, identidades e relações de poder: dinâmicas e emergências em comunicação organizacional. In: FARIAS, L. A. LEMOS, E. REBECHI, C. N. (org.) **Opinião Pública, Comunicação e Organizações:** convergências e perspectivas contemporâneas. São Paulo, SP: Abrapcorp, 2020. p. 271-289.

GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas:** teoria, contexto e relacionamentos. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço.** 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2024.

LORDON, Frédéric. **A Sociedade dos Afetos:** por um estruturalismo das paixões. Campinas, SP: Papirus, 2015.

SILVA, D. R. A perspectiva crítica das relações públicas como possibilidade de renovação. **Animus, Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Minas Gerais, v. 23, n. 51, 2024. DOI: 10.5902/2175497771203. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/71203>. Acesso em: 21 fev. 2026.