

ações públicas no Brasil

2. *Relações públicas:*
cidade de São Paulo,
portal-tp.com.br>.

f. Monografia (Curso

cional: conceitos,
imus, 1986.

nos paradigmas. 2005.
do do Campo, 2005.

do Teobaldo de
E CARVALHO, I.

il. 2002. Dissertação
do Campo, 2002.

le nas relações públicas

teiros cursos
ernardo do Campo:

licas Eduardo
Libris, 2007.

Novos caminhos da

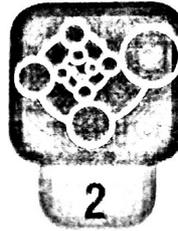
es, 1975.

ganization. In:
tions Inc., 2001.

86.

o em: 30 dez. 2006.

>>. Acesso em: 06



As entidades de classe de relações públicas no Brasil: caminhos e descaminhos

Sidineia Gomes Freitas

Este capítulo resulta da vivência da autora na direção do Conselho Regional dos Profissionais de Relações Públicas da 2ª Região (São Paulo e Paraná) e do Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas (Conferp). Registram-se fatos da atuação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) e do Conferp em uma perspectiva de mudanças necessárias. Destaca-se o papel da ABRP no processo inicial de regulamentação da profissão e relatam-se os resultados do mais recente movimento da categoria, o Parlamento Nacional de Relações Públicas, que discutiu a atividade de forma ampla e ordenada, bem como propôs um projeto de lei sem solução de continuidade. Indica-se a necessidade de um conselho único, como estratégia para o fortalecimento do campo da comunicação, na medida em que o parlamento previu a necessidade de união das várias categorias que o integram.

Neste capítulo abrimos espaço para uma discussão acerca do papel das entidades de classe mais representativas da profissão no Brasil: a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) e o Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas (Conferp), que hoje vivenciam um mundo globalizado, no qual as fronteiras do conhecimento se rompem e possibilitam novas visões. Criam-se novas áreas do conhecimento que transcendem aspectos regionais. Não pretendemos mencionar nomes, simplesmente porque quem trabalha, bem ou mal, em uma entidade de classe, pelo fato de contribuir, na maioria das vezes sem remuneração, já merece aplausos. Em outra perspectiva, durante nossa vivência como presidente do Conferp e como pesquisadora, notamos que é difícil não se cometerem injustiças. Portanto, nossa atenção está voltada a fatos registrados em obras consultadas.

Entidades de classe são organizações representativas do terceiro setor e se destinam a impulsionar o Estado no sentido de efetuar mudanças necessárias à sociedade no seu todo. Seu crescimento, principalmente a partir da década de 1990, é significativo no Brasil e vem adquirindo importante papel no campo da comunicação, o que se refletirá em um futuro próximo, auxiliando jovens profissionais que buscam trabalho em cenário altamente competitivo. Nas entidades sintonizadas com as novas demandas, as lideranças são hoje compartilhadas, não fazendo mais sentido o culto à personalidade, pois o trabalho depende da equipe. O que importa é olharmos para nossos colegas que, espalhados pelo País, se dedicam ao complicado campo da comunicação em milhares de organizações, mercantis ou não, na condição de relações-públicas, publicitários, jornalistas, assessores de imprensa, *ombudsmans*, lobistas, consultores, professores, assessores de comunicação, diretores de comunicação, empresários.

No caso das entidades de classe que são objeto deste capítulo, concretamente a ABRP e o Conferp, as lideranças têm-se dedicado das mais diferentes formas. Com diferentes nuances de personalidade, envolveram-se com o que de fato estimula o humano: o trabalho, a paixão, a vaidade, o prestígio, o poder, a convivência, a competição pelo talento, a vontade de compartilhar, a necessidade de ouvir e de ser ouvido, o exercício da cidadania. Necessidades que, com o passar dos anos, nos fazem refletir sobre a vida em sociedade. Atributos que transcendem fronteiras e atendem à natureza da natureza humana em uma perspectiva antropológica (CHANLAT, 1992, p. 21-45).

Deve-se considerar que a ABRP e o Conferp, com finalidades e atribuições distintas, podem ser considerados entidades integrantes do terceiro setor, na medida em que é difusa sua classificação pela ONU (BERNARDI, 2006). De qualquer forma, são entidades autogeridas e pertencem ao setor não-lucrativo, mesmo que exerçam autoridade limitada e delegada por agências governamentais, como no caso do conselho federal, que se vincula ao Ministério do Trabalho e tem suas

As entidades de

contas reguladas pelo governo. Delineadas em um contínuo, estabeleceram

As relações institucionalmente em 19... ser obrigatório ou seja, a ha... mentou, no

Um an... nicações Cu... Paulo, havia... mo. Eram o... exercício da... versitária na... social tem, i... o talento de... informações... lamentação... defesa de rel...

Decorri... primeiros t... propaganda... como rádio... época, érar... os graduan... resultado d... vamos atrel... por exempl... ABRP para... nico desem... municação

a do papel das enti-
ssociação Brasileira
sionais de Relações
do, no qual as fron-
es. Criam-se novas
Não pretendemos
u mal, em uma en-
m remuneração, já
omo presidente do
netarem injustiças.
s consultadas.

eiro setor e se desti-
essárias à sociedade
1990, é significativo
ção, o que se refle-
uscam trabalho em
s novas demandas,
o culto à persona-
armos para nossos
po da comunicação
e relações-públicas,
bistas, consultores,
, empresários.

lo, concretamente
diferentes formas.
o que de fato esti-
oder, a convivên-
ssidade de ouvir e
o passar dos anos,
scendem frontei-
tiva antropológica

ades e atribuições
eiro setor, na me-
006). De qualquer
ativo, mesmo que
nentais, como no
balho e tem suas

contas reguladas pelo Tribunal de Contas da União, dependendo da autorização do governo para efetuar qualquer mudança significativa para a categoria.

Delinearemos, a seguir, nossa vivência com o passado das relações públicas, em um contexto em que a subjetividade certamente se fará presente de alguma forma, testemunha e participante que fomos das constantes discussões que se estabeleceram em torno da formação dos profissionais e do avanço da área.

O PASSADO COMO PARÂMETRO

As relações públicas aportaram no Brasil no início do século XX, mais precisamente em 1914. Contudo, foi na década de 1950 que começaram a expandir-se. Sua institucionalização como profissão aconteceu em 1967, quando também passou a ser obrigatória a formação em curso de nível superior da área para seus praticantes, ou seja, a habilitação em relações públicas. Dois anos depois também se regulamentou, no mesmo cenário do regime autoritário, a habilitação em jornalismo.

Um ano antes, em 16 de junho de 1966, a então denominada Escola de Comunicações Culturais, hoje Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, havia passado a oferecer as habilitações em relações públicas e em jornalismo. Eram os primeiros cursos superiores com registro profissional obrigatório. O exercício da publicidade e propaganda não exige obrigatoriamente formação universitária na área, mas a existência da habilitação no composto da comunicação social tem, indubitavelmente, um papel relevante. Com um mercado ativo, no qual o talento deve prevalecer, essa área tem desenvolvido mecanismos de controle das informações que presta à sociedade, a exemplo do Código Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), que se preocupa com a propaganda enganosa, na defesa de relações de consumo saudáveis.

Decorridos quatro anos da criação da ECA-USP, em 1970, formaram-se os primeiros bacharéis brasileiros de relações públicas, jornalismo e publicidade/propaganda. Outras habilitações do campo da comunicação social foram criadas, como rádio e televisão, cinema, biblioteconomia/documentação e editoração. À época, éramos estudantes na Universidade de São Paulo. Lembramo-nos de como os graduandos em relações públicas se aborreciam com as acusações de sermos resultado do regime ditatorial. Com visão de futuro, dizíamos que sim, que estávamos atrelados a "gerais": General Foods, General Motors e General Electric, por exemplo, em que estavam os melhores empregos! Palestras promovidas pela ABRP para os estudantes de relações públicas mostravam o excelente trabalho técnico desenvolvido pelos militares, mais precisamente pela Coordenadoria de Comunicação da Marinha. Observe-se, a propósito, que, em 1987, iríamos pesquisar

exatamente as coordenadorias de comunicação social dos ministérios, integradas por relações-públicas, publicitários e jornalistas. Os resultados da pesquisa foram alarmantes. As coordenadorias não se integravam sequer entre si, muito menos com a sociedade civil e com os diferentes níveis de governo (federal, estadual e municipal). Eram profissionais concursados e a comunicação funcionava como instrumento do poder estabelecido (FREITAS, 1987).

Como dito, éramos vistos, os profissionais de relações públicas, como atrelados ao regime autoritário, a ponto de se dificultar o acesso do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo ao Departamento de Jornalismo. Fomos testemunha ocular de discussões absolutamente inócuas e discriminatórias que aconteceram entre os departamentos na ECA-USP, muito mais como resultado de crenças ideológicas, vaidade e miopia intelectual de professores que estavam, tanto quanto seus alunos, estudando as habilitações, buscando crescer na área e até mesmo na estrutura de poder da jovem escola. Eram professores preparados, mas muitos tão jovens à época quanto a própria escola. A visão do poder do capital e, igualmente, das organizações como fonte de poder era lembrada pelos jovens profissionais que integravam os primeiros cursos de pós-graduação da escola. Cometiam-se erros que, com o passar do tempo, foram corrigidos. Pudemos participar da união promovida entre as lideranças, que passaram a se respeitar quando o jornalista José Marques de Melo homenageou Cândido Teobaldo de Souza Andrade, um relações-públicas no melhor estilo acadêmico.

No decorrer dos anos, as discussões movimentavam o campo das relações públicas. No final da década de 1970, definiu-se a pertinência da área no que diz respeito ao campo da comunicação social. Muitos defendiam sua inserção no campo das ciências da administração, e, entre outras considerações, o fato de que as relações públicas viam a comunicação como meio, e não como fim de sua atividade, provocou amplo debate. No entanto, o planejamento, a pesquisa, os conceitos e as definições tratavam da relação da organização com os públicos, que não pode ocorrer sem comunicação. Nesse contexto, era evidente a cisão entre os teóricos e os práticos da área de relações públicas. Os profissionais de relações públicas eram identificados pelos professores como “marqueteiros”. Todavia, as polêmicas foram superadas pelas lideranças que reconheceram seus diferentes papéis. Ficamos inseridos no campo da comunicação, mas ainda hoje há profissionais que primam pela visão puramente administrativa. E na década de 1990, com o Brasil já redemocratizado e inserido no processo de globalização, o meio acadêmico voltou a ser procurado pelos profissionais que buscam a educação continuada ou a atualização do conhecimento.

As entidades de

Hoje, si
ção na acade
atuação das
ponto de no
perfis que bu
classe para c
par, a maior
agressiva, a c
por meio de
permitimo-r
cessária, nac
mercado pro

O Estac
sos superior
tem tradiçã
número de
Em 2006, et
acadêmica e
discussões e
19,8% dos c
profissional
crescimento

Na déc
com as entic
Relações Pú
acadêmicas
lações Públi
qualidade na
nos projetos
1982, o Con
iniciativa da

Os dados
da Educaç

25ª edição, ela oficializou a denominação “Prêmio ABRP”, mantendo no título a designação anterior: “Prêmio ABRP – Concurso Universitário de Monografias e Projetos Experimentais”. Essa iniciativa, antes mais restrita à Seção de São Paulo da ABRP, hoje tem abrangência nacional.

Criada em 1954, a ABRP, com seu entusiasmo inicial, também teve papel decisivo na criação do Conferp, em 1967. Ela acompanhou a expansão dessa entidade, fazendo-se sempre presente de forma ativa em suas primeiras gestões, com professores e profissionais de mercado se revezando na direção. O Conferp, por sua vez, ampliou sua atuação por meio de suas seções regionais, as quais também criaram premiações. O maior mercado de trabalho do País, São Paulo, que com o Paraná forma a 2ª região da entidade, instituiu em 1980, por iniciativa de Nemércio Nogueira, o Prêmio Opinião Pública, que distingue *cases* desenvolvidos por profissionais ao longo do País. Em 2008, chegando à sua 28ª edição, ele recebeu o nome de “Prêmio Nacional de Relações Públicas”, tendo sua coordenação transferida para o Conferp. Paralelamente, instituiu-se o Prêmio Vera Giangrande, que, em suas duas primeiras versões (2006 e 2007), distinguiu, respectivamente, os pesquisadores Sidinéia Gomes Freitas e Fábio França. Com isso, o Conferp passa a se envolver mais de perto com a pesquisa em relações públicas, para além de sua função meramente legal, como órgão do Ministério do Trabalho, de fiscalização do exercício da atividade.

A propósito, vale aqui uma nota a respeito dos “provisionados”, ou seja, daqueles que exerciam a profissão, mas não tinham feito curso superior na área, conforme determina a Lei n. 5.377, de 1967, e, apesar disso, tiveram o direito ao registro. Eles auxiliaram de modo significativo os professores e alunos a descobrirem a grandiosidade da atividade e sua razão de ser. Estrategistas por excelência, foram eles que, durante a vigência do regime militar (1964-1985), nos apontaram sutilmente os princípios democráticos da atividade, destacando a importância de se ouvir o público, do processo de mão dupla das relações públicas e da pesquisa. Com seus diferentes estilos de atuação, incentivavam-nos à participação. Eles foram verdadeiros pioneiros, consolidando as bases da área na ABRP e no Conferp.

A formação em nível superior alargou seu raio de ação, não se limitando mais apenas a São Paulo. Vieram os primeiros cursos superiores em outros estados: Pernambuco, Rio Grande do Sul, Paraná, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia, Santa Catarina. Hoje há cursos em instituições de vinte unidades da Federação. Com isso, também as entidades de classe se expandiram. Surgiram os sindicatos de relações públicas nos Estados de Pernambuco, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Curiosamente, o estado detentor do maior

As entidades de

mercado de
Profissionais
mais jovem

Uma li
busquem co
do profissio
ultimament
dos nos emp
que as lidera
um sentime
que é passac

Outra c
tinente men
tações, dizia
no Brasil, el
vendas, cont
presidente d
Vermelho, fi
ções-pública
dos com o fa
significado e
dos nomes c
para o profi:
caso, a sigla l
graduação, r
plicar aos jo
éramos conf

Entidac
que regula e
pomos de ur
sentatividade
timos, declai
somos respe
são os profes
e mercado d
dicato), mas
reclama a ma
jovens. A for

ntendo no título a
de Monografias e
ão de São Paulo da

ambém teve papel
pansão dessa enti-
eiras gestões, com
o. O Conferp, por
s, as quais também
o Paulo, que com o
iciativa de Nemér-
desenvolvidos por
ição, ele recebeu o
ordenação transfe-
Giangrande, que,
spectivamente, os
, o Conferp passa
, para além de sua
ho, de fiscalização

ados”, ou seja, da-
superior na área,
eram o direito ao
alunos a descobri-
as por excelência,
, nos apontaram
a importância de
icas e da pesquisa.
ticipação. Eles fo-
RP e no Conferp.
não se limitando
res em outros es-
ro, Minas Gerais,
e unidades da Fe-
diram. Surgiram
, Rio Grande do
etentor do maior

mercado de trabalho, São Paulo, só em 14 de julho de 1988 criou o Sindicato dos Profissionais Liberais de Relações Públicas (Sinprorp), sendo esta a entidade mais jovem da categoria.

Uma lição que a ABRP deixou, nesse contexto, foi apoiar iniciativas que busquem contribuir para o crescimento da profissão, o que constitui um dever do profissional. A entidade foi construída com trabalho, discussões, atitudes. Se, ultimamente, sua atuação tem sido bastante frágil, sua história merece que todos nos empenhemos na busca de uma transformação radical da área. É verdade que as lideranças jovens enfrentam resistências às mudanças, em decorrência de um sentimento de posse daqueles que se apegam ao passado, valoroso, sim, mas que é passado.

Outra discussão que também permeou o cenário de expansão, e que é pertinente mencionar, porque certamente há muitas conotações por trás das denominações, dizia respeito ao termo “relações-públicas” para o profissional. Popular no Brasil, ele não fazia jus ao real sentido da atividade. Esta era confundida com vendas, contato, eventos, cerimoniais e até tarefas nada lisonjeiras. Na condição de presidente do Conferp, chegamos a receber um cartão de boas festas do Comando Vermelho, facção criminosa do Estado do Rio de Janeiro, assinado pelo seu relações-públicas... O termo era conhecido, mas os profissionais se sentiam revoltados com o fato de que a opinião pública continuava desconhecendo o verdadeiro significado e o papel da profissão na sociedade. Algumas propostas de mudança dos nomes chegaram a ser levantadas: relator público em vez de relações-públicas para o profissional; RR.PP. para a área, expressando o plural. Entretanto, nesse caso, a sigla RP acabou prevalecendo. Lembramo-nos de como, na época de nossa graduação, nos divertíamos com uma obra de José Xavier, que, procurando explicar aos jovens o que significava essa abreviação, simulou uma situação em que éramos confundidos com radiopatrulhas...

Entidades de classe, conforme se pode observar, existem. Temos um conselho que regula e fiscaliza a profissão – o único no campo da comunicação social; dispomos de uma associação e de sindicatos. Em outras palavras, não nos falta representatividade. Contudo, carecemos de cientificidade, proclamam alguns. Não existimos, declaram os mais radicais. Nossa área é invadida, queixam-se muitos. Não somos respeitados, dizem outros. Não somos unidos, alertam alguns. Culpados são os professores, acusam aqueles que ainda acreditam na divisão entre ensino e mercado de trabalho. Pagamos muitas contribuições (conselho, associação, sindicato), mas não estamos satisfeitos com a atuação de nossas entidades de classe, reclama a maioria. Não temos espaço no mercado de trabalho, lamentam os mais jovens. A formação acadêmica é ruim, as escolas não nos habilitam, afirmam.

Isso denota que algo deve ser mudado. Não podemos resistir às mudanças tão claramente sinalizadas e postuladas no mercado de trabalho do século XXI, em que ou as organizações consolidam sua imagem e seu conceito, ou os perdem. A demanda de relações públicas crescerá nos próximos dez anos. Elas estão entre as carreiras mais promissoras, situando-se na sétima posição, com crescimento previsto de 28%, segundo o Instituto de Trabalho dos Estados Unidos, e é apontada como uma das profissões de destaque neste início de século (EXAME, 2006, p. 75). Estamos superando nossas próprias fronteiras e assumindo nossa condição de gestores da comunicação organizacional.

PEDRAS NO CAMINHO

Na década de 1980, o País estava se redemocratizando. O mercado se globalizava, afetando o cenário brasileiro em suas instâncias política, social, econômica, educacional e organizacional. A mudança chegou, e no seu bojo vieram a expansão do mundo digital e as novas relações de poder. O sistema capitalista sem rivais ou substitutos à altura determinou o avanço da economia.

Em nossa área, passava-se a questionar de forma cada vez mais contundente a relação custo/benefício nas contribuições feitas anualmente às entidades de classe. O que temos? Uma associação trabalhando com grande dificuldade, sindicatos fragilizados e conselhos com credibilidade questionável em comparação aos de muitas outras categorias profissionais regulamentadas. Pior ainda quando, apesar de pertencerem a uma mesma categoria profissional, as entidades não se entendem ou se fecham em guetos, embora seus integrantes suponham estarem investidos de grande poder de representatividade. O contribuinte, por sua vez, acredita cada vez menos nas entidades.

Não chegamos a ter quatro mil registrados no conselho de classe, quando existem cerca de 55 cursos superiores. Só esse dado, depois de estarmos formando bacharéis durante 41 anos, tem um significado que deveria servir de alerta para nós. Realmente, há pouco envolvimento e reduzidíssima participação efetiva. Talvez seja por essa razão que os líderes são sempre os mesmos. Na contramão dos discursos corporativistas, a comunicação nas organizações avança e deseja resultados concretos, que independem de posições apaixonadas e legalistas. O que se deseja e se necessita ter é talento, qualidade e resultados.

A comunicação nas organizações, enquanto investimento, também tem seus percalços. Apesar de encontrarmos na literatura corrente autores que enfatizam a importância da comunicação e seu crescimento, muitos profissionais de mercado

ressentem-se da falta de suas reais necessidades. Ser uma organização de pesquisas e monitorização em relação

Não obstante o passado os profissionais passaram a discutir comunicação social. A comunicação social vinha se expandindo nas relações-públicas. Discutir a comunicação social principalmente, com

Todas as ações e resultaram na criação da ECA-USP, Instituto Nacional de Relações Profissionais. Premiação da Sociedade Brasileira ficou restrita à categoria de profissionais desqualificados. Não podemos manter o status, passamos a relatar



Não há possibilidade de crescimento intelectual. Para que servem as organizações de comunicação pública e onde se autodenomina profissionalmente, há muitos profissionais da área.

Tantas e tantas vezes, que se tor

...istir às mudanças tão
...o século XXI, em que
...os perdem. A de-
...elas estão entre as car-
...crescimento previsto
..., e é apontada como
E, 2006, p. 75). Esta-
...condição de gestores

O mercado se globa-
...a, social, econômica,
...ojo vieram a expan-
...capitalista sem rivais

...z mais contundente
...às entidades de clas-
...ficuldade, sindicatos
...comparação aos de
...nda quando, apesar
...dades não se enten-
...ham estarem inves-
...por sua vez, acredita

...o de classe, quando
...estarmos formando
...servir de alerta para
...cipação efetiva. Tal-
...Na contramão dos
...ança e deseja resul-
...legalistas. O que se

...o), também tem seus
...res que enfatizam a
...sionais de mercado

ressentem-se da falta de estrutura e de compreensão dos altos escalões diante de suas reais necessidades nessa área. A mudança de visão a respeito do que vem a ser uma organização no século XXI tem sido citada na produção de teses, livros, pesquisas e monografias. E, evidentemente, a situação se reflete também na habilitação em relações públicas.

Não obstante o desânimo que se instalou na categoria, no final do século passado os profissionais de relações públicas resolveram questionar a si mesmos. Passaram a discutir suas interfaces intelectuais e de atuação no composto da comunicação social nas organizações e também com o marketing, que à época vinha se expandindo de forma clara nas organizações privadas ou públicas. Os relações-públicas buscavam uma linguagem comum que resultasse em transformação. Discutiram à exaustão. E não se tratou apenas de promover debates, mas, principalmente, de tomar decisões.

Todas as angústias de nossa categoria tiveram registro no mundo acadêmico e resultaram na dissertação de mestrado defendida, em 1998, por Julio Zapata, na ECA-USP, intitulada *Começando, trinta anos depois do início...! O Parlamento Nacional de Relações Públicas como fonte para determinar incertezas e problemas da profissão*. Premiada como a melhor dissertação de mestrado daquele ano pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), ela ficou restrita à consulta na biblioteca da escola. Muitos estudantes, professores e profissionais desconhecem seu conteúdo. Com autorização do autor, com quem pudemos manter um intercâmbio frutífero na condição de professora orientadora, passamos a relatar os resultados do movimento por ele abordado na dissertação.



O PARLAMENTO NACIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Não há profissional ou estudante de relações públicas que em algum momento não tenha se perguntado o que são as relações públicas. Se sua responsabilidade intelectual ou profissional for maior, ele avançará em outras questões. Para que servem as relações públicas? A quem compete chefiar uma assessoria de comunicação social? Onde termina a atribuição de uma assessoria de relações públicas e onde começa a de uma assessoria de imprensa? Por que tanta gente se autodenomina relações-públicas sem ter habilitação? E assim por diante. Infelizmente, há muitas outras angústias, todas elas companheiras permanentes dos profissionais da área.

Tantas e tão frequentes eram as incertezas, na última década do século passado, que se tornou necessário enfrentá-las, tentando respondê-las ou, então,

assumindo que continuarão a ser problemas sem respostas. A tarefa de metodizar a discussão em torno do assunto teve um nome: Parlamento Nacional de Relações Públicas. Alguns dos responsáveis pela iniciativa, que serão identificados pelos anexos deste trabalho, constam dos documentos oficiais que estão sob a guarda do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas.

O Parlamento Nacional de Relações Públicas é um marco fundamental, insubstituível e incontestável para obter a constatação do volume e da profundidade das incertezas e dos problemas que afetam a profissão. Ele foi a expressão pessoal, livre e irrestrita de todos quantos estavam interessados em refletir a respeito da profissão que professam e na qual acreditam.

Em 1992, a angustiante situação das incertezas não resolvidas e dos problemas enfrentados pela profissão estavam no auge. Os conselhos regionais, tentando cumprir a lei que impõe a obrigação de fiscalizar o exercício da profissão, acionavam o conselho federal à procura de parâmetros esclarecedores para tal missão. Perguntas dos mais variados teores, solicitando pronunciamento e ação das autoridades maiores da categoria, tinham chegado ao Conferp, em Brasília. A secretaria geral da entidade, então, cumprindo o regulamento, instaurou processo administrativo formal com a finalidade de pronunciar-se oficialmente sobre os principais questionamentos que eram expostos como temas preocupantes pelos conselhos regionais. Segundo Zapata (1998, p. 32),

ninguém imaginou, nesse momento, que estava se iniciando aí um debate crucial e interessantíssimo, de importância histórica para a profissão de relações públicas, que se prolongou por cinco anos à procura das respostas até então nunca encontradas.

Em 30 de novembro de 1992, o Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas reuniu em São Paulo o seu Órgão Consultivo, expressão deliberativa maior da profissão de relações públicas, que congrega os presidentes dos sete conselhos regionais e os membros da diretoria nacional. As deliberações levaram à conclusão de que se fazia necessário começar um amplo debate sobre as várias interrogações que pairavam no ar e que só aumentavam. Ressalte-se que um mês depois, em dezembro de 1992, por ocasião da entrega do Prêmio Opinião Pública, promovida pelo Conrerp da 2ª Região (SP/PR), novas dúvidas foram acrescentadas.

Em fevereiro de 1993, o conselheiro-relator, Celso Alexandre de Souza Lima, preparou um documento com 39 perguntas selecionadas que o Conferp enviou aos 112 conselheiros do conselho federal e dos sete conselhos regionais. Esse documento, conhecido como Questionário 39, também foi enviado para 49 cursos de

As entidades de clas

comunicação se
representativas.
debatido, até co

No relatór
do processo adr
primeira vez, de
de se fazer uma
claramente, a in
possível organiz.
Lima esboçava a
debate. Dizia ele
pesquisa, mas qu
categoria. Trata
relações pública

Debatendo
por meio do ex
da entidade, que
adequado organ
realizar um deba
relatório, tomac
tência de múltip
talmente denun
urgente organiz.
de resultados. C
pelo secretário-
à época presidi
aprovou a realiz

Durante a
nomeada para c
Parlamento Nac
luta isenção na e
temas apresenta
remetemos corre
que havíamos de
correspondência
temas, cujos con
deliberadamente

tarefa de metodizar
acional de Relações
identificados pelos
estão sob a guarda

arco fundamental,
lume e da profun-
Ele foi a expressão
s em refletir a res-

olvidas e dos pro-
hos regionais, ten-
cício da profissão,
recedores para tal
nciamento e ação
ferp, em Brasília. A
instaurou processo
cialmente sobre os
preocupantes pelos

ido aí um debate cru-
profissão de relações
s respostas até então

sionais de Relações
deliberativa maior
dos sete conselhos
varam à conclusão
árias interrogações
n mês depois, em
ública, promovida
centadas.

lre de Souza Lima,
o Conferp enviou
gionais. Esse docu-
para 49 cursos de

comunicação social e informalmente para alguns profissionais e outras entidades representativas. Ele foi remetido com a recomendação de que fosse amplamente debatido, até com entidades de outras categorias, se necessário.

No relatório de 17 de outubro de 1993, preparado pelo conselheiro-relator do processo administrativo 03/92, Celso Alexandre de Souza Lima, aparece pela primeira vez, de forma oficial, a palavra parlamento, denotando a preocupação de se fazer uma reflexão sobre os problemas apresentados. Subentendia-se, muito claramente, a importância que teria conhecer a manifestação da categoria se fosse possível organizar um debate para conhecer oficial e organizadamente as opiniões. Lima esboçava algumas diretrizes básicas para a operacionalização desse possível debate. Dizia ele, em passagem do documento: "A consulta não se constitui em pesquisa, mas quase em uma auditoria de opinião pública realizada com a própria categoria. Trata-se, portanto, da utilização de um poderoso instrumental de relações públicas aplicado em si própria" (CONFERP, 1993, p. 11).

Debatendo os temas à exaustão, o Órgão Consultivo tomou uma posição por meio do exercício democrático do voto dos presidentes das seções regionais da entidade, que aprovaram o relatório. O Conferp se constituía, assim, no mais adequado organismo para instalar um "grande parlamento", no qual fosse possível realizar um debate produtivo e, com isso, "passar as relações públicas a limpo". O relatório, tomado como base de uma auditoria de opinião, demonstrou a existência de múltiplos e variados temas de interesse da categoria, mas fundamentalmente denunciava a absoluta disparidade de opiniões a respeito deles. Fazia-se urgente organizar um esquema que permitisse metodizar a discussão à procura de resultados. Conforme aventado por Celso Lima, acolhendo as ideias propostas pelo secretário-geral, Jorge Eduardo de Araújo Caixeta, o plenário do Conferp, à época presidido pelo professor Edson Schettine de Aguiar, do Rio de Janeiro, aprovou a realização de uma ampla consulta à categoria.

Durante a 10ª Reunião do Órgão Consultivo, em outubro de 1993, fomos nomeada para coordenar esse esforço nacional, com o título de condutora do Parlamento Nacional de Relações Públicas, tendo claro que deveria haver absoluta isenção na efetivação desse processo. Imediatamente, passamos a articular os temas apresentados e aprovados pela equipe do Conferp. Em fevereiro de 1994, remetemos correspondência à presidência da entidade, informando sobre o plano que havíamos delineado para estruturar as ações do parlamento nacional. Nessa correspondência, os temas, com questões centrais e derivativas, incluíam os subtemas, cujos conteúdos foram extraídos dos discursos daqueles profissionais que, deliberadamente, se interessaram em discutir sua profissão, respondendo às 39

questões propostas pelo conselheiro Celso Alexandre de Souza Lima. Na criação dos subtemas, procuramos levantar a maior parte das angústias e questões que afligiam a categoria. Eram muitos os questionamentos, os quais foram colocados da maneira mais objetiva possível nos vários subtemas, como forma de dar um método mais racional à avalanche de depoimentos.

TEMAS DO PARLAMENTO

Tema 1 – Conceito normativo da profissão e novos rumos para relações públicas

Subtemas

- A. As assessorias de comunicação social – atribuições, convergências e divergências de acordo com a profissão de relações públicas.
- B. As assessorias de imprensa e o Manual da Fenaj² – atribuições, convergências e divergências no que diz respeito à profissão de relações públicas.
- C. A situação de relações públicas no setor público – Legislativo, Executivo, Judiciário e Forças Armadas.
- D. A situação do ensino de relações públicas diante do Ministério da Educação.
- E. A situação das relações públicas no setor privado – empresas e assessorias.

Tema 2 – O papel dos conselhos e suas ações operacionais

Subtemas

- A. Relações públicas e comunicação social – realidade brasileira no setor público e privado.
- B. Decretos-leis n. 860/69 e n. 68.582/71³.
- C. Código de ética profissional.
- D. Criação de Conselho Único ou Ordem de Comunicação Social.
- E. Revisão da regulamentação.

O que se viu a seguir, o Fórum de Debates Conferp, na Universidade de São Paulo, foi uma ampla e organizada discussão, na qual o objetivo maior foi alcan-

² Trata-se do *Manual de assessoria de comunicação* da Federação Nacional dos Jornalistas, editado pela primeira vez em 1985. [Nota do editor de texto.]

³ O Decreto-lei n. 860/69, de 11 de setembro de 1969, dispõe sobre a constituição do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas. O Decreto n. 68.582/71, de 4 de maio de 1971 regulamentou o Decreto-lei n. 860.

As entidades de cla

çado: tirar rest
para decisões c
funcionou cont
congregar conv
categoria ou po
esta. Foi uma e
na medida do p
tempo e o exag

A direção
recebido por oc
resultados claro
a serem analisac
tava pretendido

Tema 1 – Conc

- a) *Chefia*
nicação.
cas dev
mos af
profiss
merca
- b) *Funçã*
reais fi
de imç
a impr
de imç
nograd
pelo jc
ser apr
- c) *Assesso*
ções no
social.

a Lima. Na criação
ias e questões que
is foram colocados
forma de dar um

Relações públicas

convergências e di-
licas.

uições, convergên-
lações públicas.

slativo, Executivo,

tério da Educação.

esas e assessorias.

onais

brasileira no setor

ão Social.

iversidade de São
o maior foi alcan-

onal dos Jornalistas,

stituição do Conse-
íbulas. O Decreto n.

çado: tirar resultados conceituais mediante expressão de ideias e buscar meios para decisões concretas. Realizado nos dias 12 e 13 de agosto de 1994, o fórum funcionou conforme programado e autorizado pelo Conferp, ou seja, na base de congregar convidados expressivos por representarem grupos de opinião dentro da categoria ou por sustentarem posições dignas de serem analisadas e discutidas por esta. Foi uma excelente maneira de se obterem resultados palpáveis, evitando-se, na medida do possível, embora nem sempre com o sucesso esperado, a perda de tempo e o exagero de “verborragia”.

ORGANIZAÇÃO

A direção do Parlamento Nacional de Relações Públicas, à luz do material recebido por ocasião do questionário enviado pelo Conferp, no intuito de obter resultados claros e objetivos, organizou o debate, dividindo e detalhando os temas a serem analisados, e preparou pautas de discussão, focando, claramente, o que estava pretendido.

Tema 1 – Conceito normativo da profissão e novos rumos para as relações públicas

Subtema: Assessoria de comunicação

- a) *Chefia* – A quem compete gerenciar/chefiar uma assessoria de comunicação social? Os mais competentes ou o profissional de relações públicas deveria ter essa incumbência? Com que argumentos objetivos podemos afirmar que uma assessoria de comunicações deve ser chefiada pelos profissionais de relações públicas? Se assim for, como reverter a “lei de mercado”?
- b) *Função de relações públicas em assessoria de imprensa* – Quais são as reais funções de um profissional de relações públicas em uma assessoria de imprensa? Que diferenças podem ser apontadas entre “relações com a imprensa” e “assessoria de imprensa”? São sinônimos? As assessorias de imprensa da iniciativa privada, devidamente oficializadas nos organogramas, devem ser orientadas pelo profissional de relações públicas, pelo jornalista ou pelo mais competente? Que razões objetivas podem ser apresentadas em qualquer um dos casos?
- c) *Assessoria em órgão público* – Os órgãos públicos apresentam sérias distorções no preenchimento de cargos e salários para a área de comunicação social. Como corrigir o quadro de distorção se os órgãos públicos definem

de maneira bastante diferenciada o preenchimento de cargos e salários? Que orientações deve receber a administração pública diante da realidade nacional?

- d) *Manual da Fenaj* – Estão corretas as atribuições conferidas no Manual da Fenaj à área de relações públicas? Existem distorções? Quais são e como fundamentar as omissões, caso existam? Como devemos proceder para modificar a publicação?

Subtema: Campo conceitual

- a) *Nomenclatura* – No campo conceitual, o uso de diversas nomenclaturas é frequente. Como estabelecer as diferenças entre comunicação institucional/organizacional/empresarial/corporativa/política/integrada? Marketing social e endomarketing são termos que devem ser incorporados à nossa linguagem? O uso de nomenclaturas distintas só enriquece o conhecimento?
- b) *Lei de mercado* – O mercado cada vez mais desconhece a divisão entre as habilitações, entendendo que tudo é comunicação. Que atitudes concretas o Conferp e os Conrerp's devem tomar diante da situação? Não estaríamos formando o especialista diante de um mercado que aceita o generalista? Comunicação social é a grande especialização?
- c) *Postura científica* – O campo científico propõe metodologias distintas em decorrência da polissemia do termo relações públicas. Em que medida a proposta de um método auxilia diante dos vários enfoques que as relações públicas têm recebido? Propor um ordenamento ao conhecimento, sem considerar as interfaces da atuação entre jornalistas/publicitários e profissionais de relações públicas não requer a indicação dos limites entre as áreas? Como orientar as questões no cenário brasileiro? As relações públicas atuam somente no âmbito do planejamento?
- d) *Relações públicas diante da opinião pública* – É fato que o nosso principal defeito é não fazer relações públicas de relações públicas? Como agir para que a opinião pública entenda o real significado da área, compreendendo quem somos e para que servimos? São corretas as peças produzidas pelo Conrerp da 1ª Região, em que as relações públicas apresentam forte multidisciplinaridade? É o caminho correto para o diálogo com a opinião pública? Que ações devem ser priorizadas pelo Conferp para obtermos o diálogo correto com a opinião pública?

- ε
- a) *Fee, ag*
denado
Associa
sentar
As tab
consid
- b) *Aferiçã*
aprese
aferiçã
imprer
qualita
sultad
aferiçã
norma
Aberp?
dos à s
- c) *Sindica*
agência
compa
sindica
lução?
escolas
- d) *Mercos*
5.377/€
a obrig
superic
da mes
questã

⁴ A Associação I 1999, conforma ela se fundiu (Anece), origin que, em 2002, (Abracom). [N

⁵ Confederação

e cargos e salários?
diante da realidade

idas no Manual da
Quais são e como
nos proceder para

as nomenclaturas
nicação institu-
a/integrada? Mar-
ser incorporados
as só enriquece o

ce a divisão entre
Que atitudes con-
da situação? Não
cado que aceita o
ção?

ogias distintas em
Em que medida a
ques que as rela-
ao conhecimento,
tas/publicitários e
ão dos limites en-
ileiro? As relações

te o nosso princi-
blicas? Como agir
área, compreem-
as peças produzi-
olicas apresentam
o diálogo com a
elo Conferp para

Subtema: Aspectos comerciais e trabalhistas da profissão

- a) *Fee, agências de relações públicas e tabelas referenciais de preços* – É desordenado o *fee* cobrado pelas agências de relações públicas, apesar de a Associação Brasileira de Empresas de Relações Públicas (Aberp)⁴ apresentar tabelas referenciais de preço. A lei de mercado deve prevalecer? As tabelas referenciais de preço não são extremamente genéricas, sem considerar a qualidade do serviço prestado e o portfólio das agências?
- b) *Aferição de resultados de relações públicas* – Um dos grandes problemas apresentados pela área de relações públicas refere-se aos métodos para aferição de resultados. Medem-se resultados pelo espaço adquirido na imprensa, entendido mais como divulgação. Utiliza-se pouco a pesquisa qualitativa/quantitativa, que seria uma das formas de se mensurar resultados. Como ampliar a metodologia da pesquisa enquanto meio para aferição de resultados? Que outros métodos devem ser utilizados? Como normatizar a atualização das agências/assessorias? Basta a afiliação à Aberp? Como deve a Aberp garantir a qualidade dos serviços apresentados à sociedade?
- c) *Sindicatos da categoria e salário profissional* – Os salários pagos pelas agências de relações públicas são considerados extremamente baixos, se comparados com os *fees* cobrados por elas. Qual deve ser a atuação dos sindicatos nessa situação? O estabelecimento de um piso salarial é a solução? Professores de relações públicas devem ser sindicalizados pelas escolas ou pelo sindicato da categoria?
- d) *Mercosul, CNPL⁵* – Qual deve ser a atuação do Conferp diante da Lei n. 5.377/67 e do Mercosul? Profissionais de outros países, em que não existe a obrigatoriedade de formação de nível superior ou nos quais o nível superior não atende à legislação brasileira, podem concorrer a empregos da mesma forma que o cidadão brasileiro? Como normatizar/orientar a questão?

⁴ A Associação Brasileira de Empresas de Relações Públicas (Aberp) surgiu em 1983. Em 1999, conforme a nova tendência de se promoverem “serviços integrados de comunicação”, ela se fundiu com a Associação Nacional das Empresas de Comunicação Empresarial (Anece), originando-se daí a Associação Brasileira de Empresas de Comunicação (Abec), que, em 2002, se viu substituída pela Associação Brasileira de Agências de Comunicação (Abracom). [Nota do editor de texto.]

⁵ Confederação Nacional das Profissões Liberais (CNPL).

Tema 2 – O papel dos conselhos e suas ações operacionais

Subtema: Desregulamentação *versus* revisão

- a) *Lei n. 5.377/67 e peças institucionais do Conrerp da 1ª Região* – A Lei n. 5.377/67 deve ser mantida como está? Ela é capaz de definir claramente quais são as atribuições da área ou é de fato extremamente genérica? A generalidade deve ou não ser mantida? A profissão deve ser regulamentada ou a Lei n. 5.377 e seus decretos (Decretos-lei n. 860/69 e n. 68.582/71 devem ser revistos? Se a revisão deve acontecer, o que modificar? Que ações devem ser ensejadas entre os Conrerp's e o Conferp? No caso da revisão, como agir no que diz respeito aos profissionais que desenvolvem atividades de relações públicas? A OAB⁶ já declarou a qualificação profissional. Então, o que fazer? O Conrerp da 1ª Região lançou peças institucionais que ampliam as funções de relações públicas (marketing, recursos humanos, publicidade etc.) e o Conrerp da 2ª Região fala em desregulamentação. O que convém à categoria e por quê?
- b) *Qualificação profissional* – Caso a profissão seja desregulamentada ou a Lei n. 5.377 sofra revisão, como garantir a qualificação profissional diante da sociedade brasileira? Instituir um “exame de ordem” – como o da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) – ou um curso de especialização seriam propostas nesse sentido? Enfim, como se viabilizaria a qualificação?
- c) *Conselho Único de Comunicação Social* – A solução é a criação de um Conselho Único/uma Ordem de Comunicação Social? Caso se formalize o Conselho Único, como agir e que propostas devem ser encaminhadas?

Subtema: Formação profissional

- a) *Cursos polivalentes* – No Brasil, formavam-se profissionais em pelo menos duas habilitações. O Ministério da Educação invalidou os cursos polivalentes. A dimensão do conhecimento (visão holística, reengenharia) passou a requerer novos perfis profissionais. É correta a volta ao curso polivalente? As estruturas curriculares de fato se tornariam mais ordenadas e mais bem aproveitadas? Com que habilitações nos reuniríamos, ou não é o caso? Deveríamos, a exemplo da medicina, formar primeiro o generalista e depois especializá-lo? Em quanto tempo e que orientações básicas nortearão a

mudar
ter na :

- b) *Estágio*
02/84,
cular c
posiçã
des e c
incent
- c) *Profess*
nal – I
discipl
experi
a deter
deve e
bachar
lhor q
aplica
ria um
com n
tem ac
térios

- a) *Ipra* –
quadr
visto c
que no
O Cor
brasile
- b) *Forças*
Relaçõ
tados
sos qu
relaçõ

⁶ Ordem dos Advogados do Brasil (OAB).

⁷ International

mais

Região – A Lei n. definir claramente genérica? A ser regulamentada e n. 68.582/71 de edificar? Que ações o caso da revisão, envolvem atividade profissional. eções institucionais g, recursos huma- 1 desregulamenta-

regulamentada ou a profissional diante – como o da Or- especialização seria a qualificação? criação de um Conselho se formalize o encaminhadas?

is em pelo menos cursos polivalentes (engenharia) passou a curso polivalente? nadas e mais bem não é o caso? De- neralista e depois isicas nortearão a

mudança ou, pelo contrário, o que falta é fiscalização e devemos nos manter na atual estrutura curricular?

- b) *Estágios supervisionados* – O estágio supervisionado, pelo Parecer n. 02/84, do Conselho Federal de Educação, não consta da estrutura curricular de relações públicas. O Ministério da Educação está correto nessa posição? Por quê? Que ações devem ser encaminhadas pelas universidades e que papéis competem às empresas e às escolas? O estágio deve ser incentivado independentemente de estrutura curricular? Como?
- c) *Professores não habilitados em disciplina específica/qualificação profissional* – De acordo com o Conselho Federal de Educação, um professor de disciplina específica deve ser bacharel na área e comprovar três anos de experiência profissional. Entretanto, a realidade não tem acompanhado a determinação, além de criar situações de difícil definição. Assim, quem deve ensinar, por exemplo, Ética e Legislação em relações públicas, um bacharel de direito ou um bacharel da área? Quem de fato apresenta melhor qualificação para o ensino dessa disciplina? O mesmo exemplo se aplica à redação para relações públicas. E a questão da titulação? Não seria um indicativo de qualificação profissional um bacharel em outra área com mestrado ou doutorado ensinando disciplina específica? O MEC tem aceitado essa condição. Está correto? Como unir ações entre ministérios distintos (Educação e Trabalho)?

Subtema: Registro profissional

- a) *Ipra* – Na condição de associação internacional, a Ipra⁷ aceita em seu quadro de associados profissionais não habilitados em relações públicas, visto que em outros países a profissão não é regulamentada. Uma vez que no Brasil a profissão é regulamentada, está correta a postura da Ipra? O Conferp deveria intervir na Ipra e exigir o registro de seus associados brasileiros?
- b) *Forças Armadas* – Como deve ficar a posição dos Conselhos Regionais de Relações Públicas diante das Forças Armadas que têm oficiais não habilitados no exercício de atividades denominadas relações públicas? Os cursos que os oficiais fazem nos quartéis teriam equivalência aos cursos de relações públicas regulamentados pelo Conselho Federal de Educação?

⁷ International Public Relations Association (Ipra).

No meio militar existem centros de comunicação social cujos titulares são oficiais de alta patente. Diante dessa constatação, é possível ou desejável alguma ação dos Conerp's? Situação semelhante existe também em outras instituições, como a Polícia Militar, por exemplo?

- c) *ABRP* – Como deve ser a postura diante da ABRP, que tem uma categoria de associados não habilitados em relações públicas (provisionados)? Na condição de associação, o Conferp tem o dever de intervir?
- d) *Órgão público* – O que o Conferp deve fazer diante de fatos como o de órgãos públicos nomearem funcionários não habilitados em relações públicas para exercerem funções inerentes às relações públicas?
- e) *Nomenclaturas* – Qual procedimento deverá ser adotado no que diz respeito a empresas que nomeiam profissionais de outras áreas para executarem atividades de relações públicas e conferem ao cargo nomenclaturas diversas, tais como: relações-públicas, gerente de assuntos corporativos, comunicador empresarial, diretor de marketing institucional, *promoter* etc.?
- f) *Cursos de pós-graduação* – Professores graduados em outras áreas, que fazem cursos de pós-graduação em comunicação social, podem dar aulas de matérias específicas de relações públicas? Profissionais nessa situação deveriam ser aceitos como registrados nos Conerp's?

RUMO AO DEBATE NACIONAL

A organização temática estruturada do fórum realizado em São Paulo rendeu mais de quinhentas folhas de papel, pesando mais de trinta quilos, recheadas com as opiniões que os participantes verteram nos três dias de discussões. O volumoso material seria muito valioso ainda no seu conteúdo conceitual, mas, para isso, seria necessário processá-lo à procura dos seus significados.

Isso começou a acontecer em março de 1996, quando uma nova diretoria do Conferp, dessa vez sob minha presidência, colocou como tarefa principal da gestão a conclusão dos trabalhos do Parlamento Nacional de Relações Públicas. Para tanto, nomeou-se como condutor do Parlamento Nacional de Relações Públicas o conselheiro Julio Zapata, que criou e aplicou uma metodologia de análise destinada a organizar, conhecer e mensurar as opiniões colhidas tanto no Questionário 39 (Parecer Administrativo n. 03/93) quanto no fórum de São Paulo.

A metodologia consistiu na criação de planilhas em que, ordenadas por temas, foram compiladas todas as opiniões vertidas. Assim, foi possível mensurar

As entidades de clas

a presença dos p
eles, pela prime
categoria em rel
o emaranhado c

Foi por iss
e tratado a toda
com o encargo
materializar um
região. Durante
rais percorrer
procurariam de
sido colocados.
das consultas, te
um documento
questões discuti

Recebidos
tologia de an
sumidos e com
encarregada de f
ções estabeleci
O documento s
especialmente c
sores Cândido
Ferreira, Elizabe
retos do Confer
de Araújo Caixe
ma descontraíd
dessa comissão
(SP), em outub
propostas regio
Nacional de Rel

⁸ Sem alterar a s
mente em fun
e editorial ado
"Carta de Atib

a presença dos problemas/incertezas da profissão, propiciando-se o contato com eles, pela primeira vez, de maneira organizada e mostrando-se as tendências da categoria em relação a cada um deles. Ficou muito mais fácil conhecer, conforme o emaranhado de opiniões, para onde se encaminhava a discussão.

Foi por isso que o Conferp enviou todo esse material resumido, organizado e tratado a todos os conselhos regionais (como material auxiliar para o debate), com o encargo expresso de serem realizadas reuniões de discussão e, finalmente, materializar um fórum regional que exprimisse o sentir dos profissionais de cada região. Durante 1996 e 1997, o condutor do parlamento e os conselheiros federais percorreram o País, incentivando a participação nos debates regionais que procurariam definir o pensamento regional a respeito dos temas que já tinham sido colocados. E ainda em 1997, aproximando-se o prazo para encerramento das consultas, todos os conselhos regionais, à exceção do da 1ª Região, redigiram um documento com o pensamento consensual de sua área de jurisdição sobre as questões discutidas.

Recebidos pela direção, esses documentos foram submetidos à mesma metodologia de análise dos documentos anteriores para serem encaminhados, já resumidos e com as tendências apuradas em cada regional, para a comissão redatora encarregada de formatar o documento final das conclusões, conforme determinações estabelecidas para a etapa final do Parlamento Nacional de Relações Públicas. O documento seria redigido por uma comissão de profissionais representativos especialmente convidados. A comissão redatora teve como membros os professores Cândido Teobaldo de Souza Andrade, Fábio França, Paulo César Coelho Ferreira, Elizabeth Brandão e Roberto Porto Simões, além dos representantes diretos do Conferp, conselheiros Celso Alexandre de Souza Lima, Jorge Eduardo de Araújo Caixeta e Julio Zapata. Internamente, com o intuito de manter um clima descontraído para diminuir a natural tensão inerente à missão, os membros dessa comissão foram designados como “os notáveis”. Enclaustrados em Atibaia (SP), em outubro de 1997, dedicaram três intensos dias à análise e ao estudo das propostas regionais, para produzirem o documento Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas, que inserimos na sequência de forma integral⁸.

⁸ Sem alterar a substância do texto, fizeram-se tão somente revisões da redação, principalmente em função da clareza, além de se ter dado atenção à padronização metodológica e editorial adotada para todos os textos desta obra. O mesmo procedimento vale para a “Carta de Atibaia”, reproduzida no final. [Nota do editor de texto.]



CONCLUSÕES DO PARLAMENTO NACIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS

O Parlamento Nacional de Relações Públicas foi o esforço nacional, realizado organizadamente pela categoria sob o comando do seu Conselho Federal, com o intuito de modernizar a atividade, adequando-a às exigências dos novos tempos.

CONSIDERAÇÕES

Regulamentada há mais de trinta anos⁹ mediante a Lei n. 5.377, de 11 de dezembro de 1967, em meio a uma sociedade e a uma economia com características absolutamente diferentes das observadas hoje, a profissão de relações públicas, cuja função precípua é orientar para otimizar estrategicamente a interação dos elementos componentes da sociedade e da economia, exigia uma profunda reflexão para melhor cumprir suas finalidades.

Ao longo de mais de quatro anos, os profissionais de relações públicas interessados tiveram a possibilidade de manifestar suas dúvidas, inquietações, insatisfações e posicionamentos. Todo esse vasto material foi finalmente formatado para, sob a organização do Conferp, ser conhecido, avaliado e votado em reuniões regionais especialmente convocadas.

O resumo das posições regionais originou o documento Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas, que ora apresentamos, o qual foi aprovado pela maior instância consultiva que a lei determina para a fiscalização da profissão, o Órgão Consultivo, na sua 17ª reunião, realizada em Brasília em 21 de dezembro de 1997.

Sendo o Congresso Brasileiro de Relações Públicas (Conbrarp) um evento que pela sua natureza congrega e ecoa os rumos das relações públicas no Brasil, a diretoria do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (Conferp) determinou tornar público esse documento durante o XV Conbrarp, a ter lugar em Salvador (BA) de 5 a 7 de agosto de 1998.

O amplo e democrático debate denominado Parlamento Nacional de Relações Públicas, envolvendo durante quatro anos discussões organizadas regionalmente, permitiu a inserção dos profissionais no moderno mundo globalizado. Assim, eles estão em condições de reafirmar a convicção de que as relações públicas são detentoras de um espaço legítimo, com embasamento teórico e práticas operacionais

⁹ É fundamental considerar que as Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas foram redigidas em 1997, ou seja, há onze anos. [Nota do editor de texto.]

As entidades de clas

consolidadas. É
Nacional de Rel
dos pelos consel
nomeada pelo C

O docume
regionais, confc
lamento Nacion
11 de maio de 1
literária e apres
originais remet
Conferp, em Br
mento expressa
ser considerado
mesmo aprovaç
Eles constituem
gestões à mater.

A profissã
cessária. No int
com progressiv
seus relacionar
tindo clarificar
de resultados q
marcar natural
nada uma revis
mantendo as ca
se reafirma que
traço mais rele
obtenção de res

Sendo a de
que as condiçõ

ÇÕES PÚBLICAS

nacional, realizado
ho Federal, com o
los novos tempos.

5.377, de 11 de de-
com características
relações públicas,
te a interação dos
na profunda refle-

lações públicas in-
inquietações, insa-
lmente formatado
otado em reuniões

onclusões do Par-
s, o qual foi apro-
a a fiscalização da
n Brasília em 21 de

brarp) um evento
públicas no Brasil,
públicas (Conferp)
nbrarp, a ter lugar

acional de Relações
das regionalmente,
alizado. Assim, eles
es públicas são de-
áticas operacionais

l de Relações Públicas
exto.]

consolidadas. É o que deixou patente o documento final, *Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas*, produzido pelos participantes dos debates organizados pelos conselhos regionais em todo o Brasil e formatado pela comissão redatora nomeada pelo Conferp, reunida em Atibaia (SP) em outubro de 1997.

RECOMENDAÇÕES

O documento é uma versão baseada nos acordos remetidos pelos conselhos regionais, conforme Instruções para a Operacionalização da Etapa Final do Parlamento Nacional de Relações Públicas, aprovadas pelo Conselho Consultivo em 11 de maio de 1996. Ele explicita os acordos desses conselhos, dando-lhes forma literária e apresentando-os em forma de itens, segundo as discussões feitas. Os originais remetidos pelos conselhos regionais podem ser vistos na secretaria do Conferp, em Brasília, onde estão à disposição para a auditoria pública. O documento expressa anseios e posicionamentos da categoria, mas todos eles devem ser considerados apenas como propostas. Ninguém pode ser levado a pensar que, mesmo aprovados pela categoria, esses posicionamentos já têm existência legal. Eles constituem mandatos para os dirigentes da categoria que devem dedicar suas gestões à materialização dos acordos ora explicitados.

Profissão regulamentada

A profissão deve continuar sob a regulamentação de lei, com a revisão necessária. No intuito de contribuir cada vez mais eficazmente, em uma sociedade com progressiva aceleração na sua transformação e altíssima mutabilidade nos seus relacionamentos de toda ordem, torna-se urgente uma revisão da lei, permitindo clarificar seus preceitos mais relevantes e, assim, orientar para a excelência de resultados que, de maneira insofismável, muito além da semântica, irão demarcar naturalmente os territórios da atuação profissional. Embora seja propugnada uma revisão que dê à norma legal ares de modernidade, a lei deve continuar mantendo as características de generalidade e amplidão ora predominantes, pois se reafirma que genérico e amplo é o campo de atuação da profissão por esse seu traço mais relevante e pela maior contribuição que pode oferecer em termos de obtenção de resultados.

Registro profissional

Sendo a decisão da categoria a manutenção da regulamentação, o corolário é que as condições de registro profissional continuem exatamente como indicadas

na lei. Portanto, situações como as apresentadas pela Associação Internacional de Relações Públicas (Ipra), que aceita como associados no Brasil pessoas sem habilitação legal, ou pelas Forças Armadas e, ainda, pelo funcionalismo público, que realizam atividades de relações públicas por meio de pessoas não registradas, continuam não encontrando amparo legal, sendo obrigação dos Connerp's exigir o acatamento da lei e manter sua atividade fiscalizadora com vigor.

Campo conceitual

Funções e atividades específicas

A revisão da lei de acordo com o espírito exigido pela categoria, conforme anteriormente assinalado, leva à necessária modificação daquilo que, com a definição, constitui o âmago da profissão: a especificação dos comportamentos próprios que materializam sua natureza e que aparecem no Capítulo II – Das atividades profissionais, da Lei 5.377, bem como no Título I – Da profissão de relações públicas, Capítulo II – Do campo e da atividade profissional do Decreto-lei n. 63.283/68, que regulamenta a lei.

Os profissionais de relações públicas do Brasil consideram que sua contribuição a sociedade dar-se-á no desenvolvimento de ações cujo escopo profissional precípuo é detalhado a seguir.

São funções das relações públicas:

- * diagnosticar o relacionamento das entidades com seus públicos;
- * prognosticar a evolução da reação dos públicos diante das ações das entidades;
- * propor políticas e estratégias que atendam às necessidades de relacionamento das entidades com seus públicos;
- * implementar programas e instrumentos que assegurem a interação das entidades com seus públicos.

É atividade específica de relações públicas a realização de:

- * diagnósticos e auditorias de opinião e imagem;
- * pesquisas de opinião e imagem;
- * planejamento estratégico de comunicação institucional;
- * programas que caracterizem a comunicação estratégica para a criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse;
- * ensino de disciplinas de teorias e técnicas de relações públicas;
- * acompanhamentos e avaliações das ações anteriormente descritas.

As entidades de clas

Por consid
ções das relação
das no item anti
racional da nova
sua intenção de

A definição
dera-se, então, q
dades específicas
para as relações
dos relacioname
nicação e seus ir
da profissão cor
ralidade do esco
proposta é oriur
Nacional de Rel.

Em síntese
teve início no a
portanto, de ur
retamente envo
o País. A aprovi
dinario para a c
cional de Relaç
para dentro de
em sua históric
fluam transpare
importância da
que vem aprese
aprovação de m

¹⁰ Apesar de aqu
palmente de re
O verbo "espe
conductor do p

ação Internacional
Brasil pessoas sem
ionalismo público,
as não registradas,
os Connerp's exigir
rigor.

categoria, confor-
laquilo que, com a
s comportamentos
Capítulo II – Das
Da profissão de re-
onal do Decreto-lei

am que sua contri-
escopo profissional

is públicos;
ante das ações das
dades de relaciona-
em a interação das

:

ial;
para a criação e ma-
íblicos de interesse;
públicas;
nte descritas.

Por considerar que a nova conceituação e a nova redação das epígrafes “funções das relações públicas” e “atividades específicas de relações públicas”, detalhadas no item anterior, conseguem expressar de maneira mais clara a natureza operacional da nova realidade profissional, os relações-públicas do Brasil manifestam sua intenção de obsoletar os textos da atual legislação.

Definição mantida

A definição é a conceituação das atividades precípua de uma função. Considera-se, então, que as modificações anteriormente propostas para as funções e atividades específicas conseguem oferecer, com suficiente clareza e ênfase, um novo foco para as relações públicas, em que sua atividade-fim é o papel de administradoras dos relacionamentos necessários à consecução de objetivos, posicionando a comunicação e seus instrumentos como atividades-meio. Assim, manteve-se a definição da profissão conforme reza a legislação atual, por considerá-la adequada à generalidade do escopo profissional que se procura preservar. Justificativa: a alteração proposta é oriunda de grande estudo feito pela categoria, denominado Parlamento Nacional de Relações Públicas.

Em síntese, podemos dizer que o Parlamento Nacional de Relações Públicas teve início no ano 1992 e somente em dezembro de 1997 foi concluído. Trata-se, portanto, de uma alteração nascida da mais democrática discussão entre os diretamente envolvidos no processo: os profissionais de relações públicas de todo o País. A aprovação da presente proposição virá representar um avanço extraordinário para a categoria profissional. Afinal, o grande mérito do Parlamento Nacional de Relações Públicas foi o de permitir que a categoria voltasse seus olhos para dentro de seus problemas e de suas angústias e fizesse uma profissão de fé em sua histórica vocação: a de preparar caminhos para que os relacionamentos fluam transparentes, justos e benéficos entre as entidades e seus públicos. Dada a importância da presente proposição, e demonstrado o valor para uma categoria que vem apresentando para a sociedade trabalho meritório, espero¹⁰ merecer a aprovação de meus pares.

¹⁰ Apesar de aqui se tratar de recomendações da comissão redatora, esta se incumbiu principalmente de redigir a Carta de Atibaia, que aparece como apêndice do presente capítulo. O verbo “espero”, no singular, denota que este item é formado por proposições feitas pelo condutor do parlamento, conselheiro Julio Zapata. [Nota do editor de texto.]

Conselho Único

Os profissionais de relações públicas são amplamente favoráveis à criação de uma entidade que possa integrar todos os profissionais da área de comunicação, conferindo, assim [à área], concentradamente, a força e o reconhecimento social hoje segmentado. Na proposta dos relações-públicas, a referida entidade¹¹ deve apresentar, além de outras, estas duas características fundamentais: a) garantir as especificidades dos segmentos profissionais representados, por meio de uma estrutura de câmaras setoriais; e b) assegurar espaço para representantes da sociedade civil organizada, para funcionar como instância democrática de crítica ao desempenho da comunicação e da atuação dos profissionais da comunicação.

Participação em assessoria de comunicação social

A chefia das assessorias de comunicação social não é atribuição exclusiva do profissional de relações públicas. Recomenda-se que seja o profissional de relações públicas, devido à sua visão mais abrangente do processo comunicacional, mas a determinação caberá ao poder de decisão da administração da organização. Não cabe ao profissional de relações públicas o papel de assessor de imprensa, mas, sim, pertence à natureza da profissão o desenvolvimento de atividades relacionadas à imprensa. As opiniões e conceituações que o Manual da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) faz sobre as funções de relações públicas não estão corretas, mas não cabe aos Conrerp's a sua correção.

Confusões na nomenclatura e na divulgação

O uso abusivo de nomenclaturas diferentes provoca confusões no mercado, dificultando a compreensão e diferenciação de relações públicas com outras habilitações. Recomenda-se fortemente a não-incorporação às relações públicas de nomenclaturas e linguagens específicas de outras atividades. É responsabilidade da categoria, cada vez mais, a identificação e divulgação da atividade para a opinião pública, a qual tem se mostrado deficiente. Para a divulgação, torna-se necessária a projeção da identidade e uma ideologia da função, para, assim, podermos oferecer conceituação padronizada de fácil entendimento e absorção. Como uma estratégia para obtermos clareza e visibilidade, recomenda-se forte adesão às novas funções e atividades específicas descritas no presente documento,

¹¹ O relator faz alusão, implicitamente, ao Conferp. [Nota do editor de texto.]

As entidades de cla:

acrescentando-
avaliação da efic
resultados form
resultados que :

Ressente-s
agora, transcor
luta prática de r
siderando-se qu
últimos anos a
aparecem para
profissionais de
que, em definit
mação profissio
cursos e da for
que devem pos
formação do re
de de retornar
constando do c
e da empresa, c

A comissão
Souza Andrade
França, Jorge E
reira e Roberto

Uma inte
cruciais da pro
gido o docume
Públicas. A co
final do Parlam
das soberanam

ráveis à criação de
de comunicação,
nhecimento social
la entidade¹¹ deve
entais: a) garantir
por meio de uma
representantes da so-
rática de crítica ao
comunicação.

I
uição exclusiva do
sional de relações
cional, mas a de-
zação. Não cabe ao
mas, sim, pertence
das à imprensa. As
os Jornalistas (Fe-
mas não cabe aos

fusões no merca-
blicas com outras
relações públicas
s. É responsabili-
da atividade para
ulgação, torna-se
, para, assim, po-
mento e absorção.
comenda-se forte
sente documento,

exto.]

acrescentando-se, obrigatoriamente, em cada planejamento, os instrumentos de avaliação da eficiência da atividade segundo padrões específicos. Essa avaliação de resultados formatará, ao longo do tempo, a imagem de contribuição efetiva para resultados que até agora temos sonogado.

Formação profissional

Ressente-se a profissão da falta imensa de cientificidade. Praticamente até agora, transcorridos que foram já trinta anos, os nossos profissionais se fazem na luta prática de manter espaços e se desfazem na esterilidade do vazio teórico, considerando-se que a teoria deveria dar sustentação à sua luta prática. Apenas nos últimos anos a reflexão está tomando o seu devido lugar e algumas publicações aparecem para disseminar a importante contribuição da academia à atividade. Os profissionais de relações públicas apoiam decididamente esse esforço de reflexão que, em definitivo, se constitui em sustentação e crescimento da profissão. A formação profissional deve ser preocupação do Conferp, no acompanhamento dos cursos e da formação de docentes de disciplinas específicas de relações públicas, que devem possuir registro e serem incentivados ao aperfeiçoamento contínuo. A formação do relações-públicas precisa ser específica, rejeitando-se a possibilidade de retornar aos cursos polivalentes e facilitando-se o estágio que, mesmo não constando do currículo oficial, deve ser incentivado, sob a supervisão da faculdade e da empresa, conforme lei de estágios em vigor.

Comissão redatora

A comissão redatora foi integrada pelos "notáveis" Cândido Teobaldo de Souza Andrade, Celso Alexandre de Souza Lima, Elizabeth Pazito Brandão, Fábio França, Jorge Eduardo de Araújo Caixeta, Julio Zapata, Paulo César Coelho Ferreira e Roberto José Porto Simões.

CARTA DE ATIBAIA

Uma interessante prova da diversidade de opiniões a respeito de questões cruciais da profissão aconteceu no seio da comissão redatora enquanto era redigido o documento final com as Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas. A comissão tinha o mandato peremptório de preparar o documento final do Parlamento Nacional de Relações Públicas, sendo fiel às decisões emanadas soberanamente dos regionais. No entanto, à medida que eram consolidados

os consensos regionais, os integrantes da comissão percebiam a sua discordância com alguns dos pontos. Em um esforço de honestidade intelectual, eles levaram até o fim a tarefa de verbalizar e escrever da melhor forma o pensamento da categoria, mas decidiram emitir um outro documento, denominado Carta de Atibaia, no qual expressam as discordâncias com algumas opiniões majoritariamente expressas pelos regionais.

A Carta de Atibaia, um documento vivo das contradições conceituais e de percepção de futuro que afetam à profissão, é inserida no final deste capítulo, em sua versão integral. Posteriormente, conforme proposto pela diretoria executiva do Conferp, antes de terminar o ano 1997, o Órgão Consultivo do Conferp, que aprovou o Parecer Administrativo n. 03/92, o qual originou o Parlamento Nacional de Relações Públicas, incluiu nele o documento sobre as conclusões, encarregando a diretoria do Conferp de cumprir as tarefas encomendadas e divulgá-las. *Assim, foi finalizado o primeiro grande esforço de nossa categoria profissional no Brasil para encontrar dentro dela mesma as causas dos seus problemas e os caminhos para seu futuro* (grifo nosso).



Os DESCAMINHOS

O Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (Conferp) elaborou e colocou em tramitação um projeto de lei complementar (PLC/0324) que propôs as mudanças preconizadas pelo Parlamento Nacional de Relações Públicas. Entretanto, passados dez anos após a conclusão do parlamento e já em curso o século XXI, a Lei n. 5.377, de 11 de dezembro de 1967, ainda orienta as ações de fiscalização da autarquia federal (Conferp). Em outras palavras, nada mudou.

Nesses dez anos acentuou-se a defasagem da lei em vigor, no contexto de mundo cada vez mais globalizado, do desenvolvimento das novas tecnologias e do campo da comunicação social, da facilidade crescente de acesso à informação no mundo digital, do avanço do conhecimento entre os pesquisadores da área e, principalmente, da transformação do perfil da sociedade brasileira no que tange à democracia, com a conseqüente abertura para novas proposições dos profissionais de relações públicas ou de outros profissionais do campo da comunicação social, as quais determinam outras necessidades e troca de experiências com outras culturas.

De outra perspectiva, o crescimento da atuação política de entidades como a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e a Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom), só para citarmos duas, contri-

As entidades de clas

buiu para o isol: (Conferp), que organizações e visão global que hipóteses a ser p seus pares do c. O fato é que pr entidade para re

Constituíd vista burocrátic impõe a fiscaliza ver suas ações e afirmação pode das novas tecno da internet, de a maiores colégio: zentos os que pe

Muitos poc sição pelo qual democracia e ca procedência, na mercados provo ção de leis ou me são de novos eix

É imperati Não há mais esp enriquece. As en a cada dia. E os j que o desempreg tiva, na qual os s único discurso e

Analisar o do se trata do fa nhhecimento de c nós mesmos nã concretas para r foi a campo para

a sua discordância atual, eles levaram o encaminhamento da categoria Carta de Atibaia, majoritariamente ex-

res conceituais e de deste capítulo, em diretoria executiva do Conferp, que Parlamento Nacional conclusões, encarregadas e divulgá-las. *Profissão profissional no Brasil e os caminhos*

s (Conferp) elaborar (PLC/0324) que de Relações Públicas e já em curso orienta as ações de s, nada mudou.

or, no contexto de novas tecnologias e acesso à informação utilizadores da área e, releira no que tangem ações dos profissionais da comunicação experiências com ou-

de entidades como e a Associação Brasileira das duas, contri-

buiu para o isolamento do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (Conferp), que se deteve em sua frágil atuação política de fiscalização, punindo organizações e pessoas com base em conceitos discutíveis e sem sintonia com a visão global que se deve ter do campo da comunicação organizacional. Uma das hipóteses a ser pesquisada é se o Conferp não estabeleceu o diálogo constante com seus pares do campo da comunicação na busca de atendimento a seus anseios. O fato é que projeto de lei complementar que atualizaria a profissão retornou à entidade para retomada das discussões.

Constituída hoje em uma entidade perfeitamente organizada do ponto de vista burocrático e usuário de uma linguagem jurídica que defende o sistema e impõe a fiscalização da profissão como autarquia federal, o Conferp necessita rever suas ações e buscar o envolvimento. Um bom exemplo que fundamenta a afirmação pode ser comprovado por números alarmantes: apesar da facilidade das novas tecnologias de que fez uso em seu último processo eleitoral, com uso da internet, de aproximadamente 1.600 profissionais adimplentes de um de seus maiores colégios eleitorais (2ª Região – São Paulo e Paraná), não chegaram a trezentos os que participaram do pleito.

Muitos podem argumentar que as entidades de classe, nesse cenário de transição pelo qual passamos e em que a discussão maior está nos impasses entre democracia e capitalismo, estão todas fragilizadas. Contudo, a afirmação não tem procedência, na medida em que a visão deve ser mais ampla. A globalização de mercados provocou a desregulamentação das atividades profissionais, a eliminação de leis ou mesmo a criação de legislações diferentes. Tudo isso enseja a discussão de novos eixos de formação dos profissionais de comunicação.

É imperativo modificar ações e discursos, aceitando-se novos paradigmas. Não há mais espaço para o corporativismo exacerbado. A troca de experiências só enriquece. As entidades que agem de acordo com uma nova mentalidade crescem a cada dia. E os jovens profissionais percebem as diferenças, principalmente porque o desemprego é o grande pavor que se coloca na sociedade global e competitiva, na qual os saberes exigidos transcendem os daqueles que só reconhecem um único discurso e só agem movidos por leis.

Analisar o cenário com visão profissional é uma demanda constante quando se trata do fazer dos profissionais de relações públicas, a começar pelo reconhecimento de que, apesar de termos o relacionamento como função primordial, nós mesmos não nos entendemos, o que nos impede de encontrarmos soluções concretas para nossas próprias necessidades. Margarida Kunsch (1997) um dia foi a campo para coletar depoimentos de pioneiros da área e detectou que todos

reconheceram a precocidade com que a Lei n. 5.377 foi criada. Chamaram a atenção os testemunhos de Cândido Teobaldo de Souza Andrade, José Rolim Valença e Carlos Eduardo Mestieri, que, com muita pertinência e visão de futuro, apontaram os descaminhos das entidades que eles integraram. O fato é que o mercado já desregulamentou a comunicação. Nessa linha de raciocínio, França (2004, p. 100) declara, analisando as eternas reclamações contra a "invasão" do mercado de relações públicas:

Não basta ter um diploma de nível superior para ser um profissional de relações públicas cuja formação deve ir muito além. Em outros termos, essa atividade deve ser exercida por profissionais competentes de várias áreas do conhecimento, que tenham preparo para defender os interesses das organizações nos vários cenários em que atuam.

É necessário que sejamos estrategistas, analisando continuamente o cenário político, econômico e social em que os fatos acontecem. Nesse sentido, não se entende por que a comunicação, no Brasil, não se faz representar por meio da união de profissionais que tenham força suficiente para influenciar os mecanismos do poder do Estado. A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) não conseguiu a aprovação de seu conselho, entre outros motivos, exatamente porque estava na contramão da história. É a classe política aliada ao capital que define a distribuição do poder pela mídia (aquisições de emissoras de televisão, por exemplo). Enfim, os comunicadores isolados em seus guetos passaram a defender-se uns dos outros, em vez de se dedicarem à comunicação e a seu importante papel na sociedade brasileira. Criar condições para a criação de um Conselho Único de Comunicação Social ou de uma Ordem de Comunicação Social significaria colocar a comunicação mais efetivamente a serviço da construção de uma sociedade um pouco mais transparente, mais ética e mais justa. Isso só será possível se forem destruídos os guetos. O poder e seu sinônimo, a política, certamente se veriam forçados a repensar suas ações diante de uma categoria forte e organizada.

REFERÊNCIAS

- BERNARDI, Marcos Roberto de Faria. Caracterização do terceiro setor: um estudo classificatório. In: BROWN, Ellis Wayne (Org.). *O terceiro setor em perspectiva: constituição, interfaces e operacionalização – a organização social tripartite*. São Paulo: Editora Fiúza; Atibaia (SP): Faculdades Atibaia, 2006.
- CHANLAT, Jean François (Org.). *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. São Paulo: Atlas, 1992.

As entidades de classe

CONFERP. *Conch Federal de Profissi- Consultivo, na sua _____, Relatório, Conferp, 17 out. F FRANÇA, Fábio. *Jornalismo e Relaçõ p. 96-102, jun. 200 EXAME. Revista E FREITAS, Sidinéia coordenadorias de em Ciências da Co KUNSCH, Margar da comunicação o ZAPATA, Julio. *Relações Públicas c 79 f. Dissertação (l***

Sites consultado

www.conferp.org.br
www.abrp.com.br

Carta de Atibaia

Com a honrosa e Relações Públicas, e os relações-pública. Village de Atibaia, de Relações Pública
A dignificante te para ser conhecida nado Conclusões d remetidos pelos Co datários, limitand

¹² A Carta de Atibaia, quando nela as re [Nota do editor]

CONFERP. *Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas*. Brasília. Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas. Documento aprovado pelo Órgão Consultivo, na sua 17ª Reunião, realizada em Brasília em 21 de dezembro de 1977.

_____. *Relatório do Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas*. Brasília: Conferp, 17 out. 1993.

FRANÇA, Fábio. ABRP 1954-2004: o passado abre o caminho para o futuro. *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*, São Bernardo do Campo, Fajorp-Umesp, a. 2, n. 3, p. 96-102, jun. 2004.

EXAME. *Revista Exame*, Editora Abril, edição especial n. 6, Fuvest, 2006.

FREITAS, Sidineia Gomes. *A comunicação social como instrumento de poder. As coordenadorias de comunicação social da "nova republica"*. 1987. 320 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). ECA-USP, São Paulo, 1987.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas da comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.

ZAPATA, Julio. *Começando, trinta anos depois do início...! O Parlamento Nacional de Relações Públicas como fonte para determinar incertezas e problemas da profissão*. 1998. 79 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – ECA-USP, São Paulo, 1998.

Sites consultados

www.conferp.org.br

www.abrp.com.br

Carta de Atibaia aos profissionais de relações públicas do Brasil e do Mercosul¹²

Com a honrosa e histórica missão de redigir o documento final do Parlamento Nacional de Relações Públicas, que recolheu de maneira democrática, global e organizada a percepção que os relações-públicas fazem da sua profissão no Brasil, estivemos reunidos no Hotel Eldorado Village de Atibaia, SP, nos dias 17, 18 e 19 de outubro de 1997, a convite do Conselho Federal de Relações Públicas (Conferp).

A dignificante tarefa foi cumprida após laboriosa jornada e já entregue pelas vias oficiais para ser conhecida e votada conforme estava determinado. Trata-se de documento denominado Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas, fiel transunto dos consensos remetidos pelos Conselhos Regionais, atuando nos, da comissão redatora, como simples mandatários, limitando nossa participação à formatação dos acordos recebidos. Sem tirar nem

¹² A Carta de Atibaia foi redigida em 1997. Por isso, manteve-se a grafia original, não se aplicando nela as regras do novo acordo ortográfico da língua portuguesa, assinado em 2009. [Nota do editor de texto.]

Parte 1: História das relações públicas no Brasil

por, mesmo que muitas vezes a posição individual ou conjunta da comissão fosse claramente contrária ao texto que se redigia em obediência ao mandato.

Essa situação e a constatação de sermos privilegiados observadores dos sentimentos que a categoria nutre sobre o passado e o futuro da profissão nos impeliu a uma outra obrigação que, segundo o espírito exemplarmente democrático do Parlamento Nacional de Relações Públicas, não queríamos eludir nem poderíamos desaproveitar:

Primeiro: refletir sobre pontos não abordados e que nos parecem fundamentais para complementar a análise proposta pelo Parlamento Nacional de Relações Públicas.

Segundo: emitir alguns alertas sobre questões que se anunciam claramente no horizonte profissional e para as quais se faz necessária, hoje, uma especial atenção, e amanhã, uma esclarecida tomada de posição.

Terceiro: exercer o legítimo direito de expressar nossas discordâncias com alguns consensos manifestados nos documentos regionais e, conseqüentemente, inseridos nas conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas.

O nosso esforço de reflexão fez nascer esta Carta de Atibaia: um paradoxal vdo panorâmico sobre as relações públicas propiciado pela viagem às profundezas dessa profissão que foi o Parlamento Nacional de Relações Públicas.

A Carta de Atibaia só pode ser entendida na dimensão que seus autores lhe deram e no espírito com o qual é oferecida: contribuição ao esforço conjunto de aproximação até o horizonte merecido que sempre será aquele que pode ser construído.

1. Parlamento Nacional de Relações Públicas

O processo denominado Parlamento Nacional de Relações Públicas, quaisquer que sejam as ópticas de análise e a mensuração dos seus resultados, é um marco histórico no desenvolvimento da profissão no Brasil. Por essa razão:

- a) sentimos muito orgulho de termos participado do processo, inédito no Brasil, por meio do qual uma profissão procura sua adequação para melhor contribuir à nova sociedade que está sendo reclamada e construída pelo povo brasileiro;*
- b) parabenizamos a atual gestão do Conferp, a qual materializou o clamor da categoria, organizando a possibilidade de expressão das angústias, mazelas, questionamentos e anseios que permeiam a vida dos relações-públicas.*

2. Desregulamentação branca. E perversa

O Parlamento Nacional [de Relações Públicas] manifestou-se de maneira categórica pela manutenção da Lei n. 5.377, que regulamenta a nossa profissão, na intenção de resguardar apenas para os registrados o exercício das relações públicas. Vã intenção, pois ela se desmancha pelos efeitos da irrefreável globalização.

Mais concretamente, por força do Tratado do Mercosul, cujo Protocolo de Montevideu sobre o Comércio de Serviços, no seu preâmbulo, reafirma que, de acordo com o Tratado de Assunção, o Mercado Comum implica, entre outros compromissos, a livre circulação de serviços no mercado ampliado.

As entidades de clas:

*O artigo 7º, par
tado parte concede
trar que a educaçã
território também*

*Estamos, então,
internacional que,
impor a lei nacion*

*Aprovando a m
Nacional de Relaçã
dizer o mínimo: in
para a profissão n
ções para o registr
Mercosul possui le
licenças para o exe
Eles poderão ati*

3. Relações públic

*Por um lament
sociedade a inform
do esforço de gestã*

*Mesmo existina
demonstrar no ata
resultados do proce*

*Uma vez que op
cionais, fomos ider
ral, tentando rever*

*Essa ênfase em c
como se ela fosse, a
organização com o
procura de objetivc*

*Falar em relaçõ
herético...!*

*Por isso, nós, as
conceitual proposte
a devida ênfase, vu
sional, sendo:*

*a) sua atividade
namentos necessár*

b) sua atividade

*Consideramos q
lamento Nacional
dos públicos, propo*

missão fosse claramente

s sentimentos que a ca-
r outra obrigação que,
al de Relações Públicas,

idamentais para com-
s Públicas.

ramente no horizonte
nção, e amanhã, uma

com alguns consensos
idos nas conclusões do

adoxal vção panorâmi-
ssa profissão que foi o

ores lhe deram e no es-
imação até o horizonte

s, quaisquer que sejam
istórico no desenvolvi-

to no Brasil, por meio
à nova sociedade que

o clamor da categoria,
tionamentos e anseios

aneira categórica pela
ntenção de resguardar
io, pois ela se desman-

ocolo de Montevideú
rdo com o Tratado de
ivre circulação de ser-

O artigo 7º, parágrafo 1.b, do mesmo protocolo, abunda na matéria, assinalando que o Estado-parte concederá a qualquer outro Estado-parte oportunidade adequada para demonstrar que a educação, a experiência, as licenças, as matrículas e os certificados obtidos em seu território também devem ser reconhecidos.

Estamos, então, às portas de uma desregulamentação branca provocada por um tratado internacional que, em conformidade com o princípio da hierarquização da legislação, deve impor a lei nacional.

Aprovando a manutenção da lei que regulamenta a nossa profissão, como o Parlamento Nacional de Relações Públicas o fez, simplesmente provocamos uma situação paradoxal para dizer o mínimo: impediremos que brasileiros provavelmente experientes e bem qualificados para a profissão não possam desempenhar-se como relações-públicas por não terem condições para o registro, conforme exigido pela Lei n. 5.377, mas como nenhum outro país do Mercosul possui lei regulamentando a profissão, seremos obrigados a reconhecer e aceitar as licenças para o exercício profissional outorgadas pelos outros países do Mercosul.

Eles poderão atuar no Brasil, os brasileiros, não.

3. Relações públicas para resultados: uma nova conceitualização

Por um lamentável desvio histórico de múltiplas causas, durante décadas sonegamos à sociedade a informação e as provas de que as relações públicas são elementos fundamentais do esforço de gestão para a consecução de objetivos.

Mesmo existindo exemplares profissionais de nível estelar no varejo, nunca conseguimos demonstrar no atacado a contribuição que as relações públicas oferecem para a obtenção de resultados do processo de gestão.

Uma vez que operacionalizamos a profissão prioritariamente por meio de ações comunicacionais, fomos identificados pelo mercado como executores de ações de comunicação unilateral, tentando reverter situações desfavoráveis, quando não francamente promocionais.

Essa ênfase em ações destinadas à percepção ostensiva marcou pejorativamente a profissão, como se ela fosse, apenas e permanentemente, uma solução cosmética para a problemática da organização com os agentes necessários para sua sobrevivência e para seu desenvolvimento à procura de objetivos.

Falar em relações públicas para resultados era imaginável. E se os resultados eram lucros, herético...!

Por isso, nós, assinantes desta carta, enfatizamos e apoiamos a nova delimitação do campo conceitual proposta nas Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas, em que há a devida ênfase, valor e importância da contribuição estratégica e ação gerencial do profissional, sendo:

a) sua atividade-fim – papel de administrador dos conflitos de poder surgidos nos relacionamentos necessários para a consecução de objetivos;

b) sua atividade-meio – a comunicação e suas diferentes linguagens.

Consideramos que as novas funções das relações públicas propostas nas Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas – diagnosticar relacionamentos, prognosticar a reação dos públicos, propor estratégias e implementar programas que assegurem a interação da enti-

dade com seus públicos, contribuindo, assim, ao atendimento dos seus objetivos – são o escopo mais certo e mais claro para uma profissão cuja única finalidade e justificativa é ser um dos elementos contributivos para a gestão bem-sucedida.

4. Colocando a profissão à altura das exigências da modernidade

Pensamos que essa dívida, de nunca termos enfatizado a nossa contribuição no processo de gestão, deve ser resgatada a partir de agora para demonstrar à sociedade, e muito especialmente aos gestores organizacionais de qualquer índole, a confiabilidade das nossas ações técnicas. Esse resgate somente poderá vir mediante manifestações:

a) individuais e corporativas;

b) realizadas de maneira pública e constante, que consigam provar a obtenção de resultados graças à contribuição das relações públicas.

Julgamos que, entre essas manifestações necessárias para a construção da confiabilidade que trinta anos de legislação não nos deram, há três ações que muito colaborariam e, por isso, as propomos:

a) auto-regulamentar;

b) qualificar;

c) agregar qualidade;

a) Auto-regulamentar

Quando a lei se tornar inócua, atropelada que será pelo Tratado do Mercosul, no Brasil estaremos desprovidos de instrumental regulador (atenção: dizemos regulador, e não regulamentador!) que permita orientar a profissão para seu aperfeiçoamento e consolidação, evitando o escracho e a balbúrdia no mercado.

Estamos convictos de que apenas e tão-somente a congregação voluntária dos iguais reúne a força moral necessária para evitar a natural diáspora e a maldição da sua herança errante. A auto-regulamentação, surgida dos atuais titulares que voluntariamente queiram aderir, deverá emergir forte, solidária e esclarecida o suficiente para determinar os caminhos que devem ser trilhados em seu nome.

Os requisitos de adesão à profissão serão determinados pelo órgão auto-regulamentador, sendo essa sua maior força moral e fonte de prestígio profissional diante do mercado, pois o zelo das individualidades provocará o policiamento conjunto.

A adesão a esse órgão deverá ser a chancela de qualidade que o mercado passará a perceber e exigir não porque está na lei, mas porque há o controle entre os pares interessados em manter prestígio e, portanto, mercado.

A existência de um órgão auto-regulamentador, com normas objetivas e rígidas para a aceitação, fornecerá o atestado de legitimidade técnica, justificativa econômica e prestígio social que a profissão até agora nunca teve e que nesta época de maturidade na qual entramos tanto está a exigir.

b) Qualificar

Uma consequência direta da proposta do item anterior é a necessidade de dotar o órgão auto-regulamentador das escoras que dêem suporte à sua força moral e prestígio social.

As entidades de clas:

Propomos que um sional. Trata-se de conhecimento e q social da profissão

Propomos que o cionará conforme 1 previamente pelo ó

Qualquer profi: exame de qualifica outras siglas que s indicando, assim, 1 no exame de qualij

O exame deve f sejam reconhecidos

• anos de ativida

• formação univ

• pós-graduação

• cursos de espec

• tamanho das e

cesso que deverá es.

Criar-se-ão, ass queremos! Em out.

O exame de qu tidamente percebic seguem demonstra capacidade a detur

Acreditamos qu de qualificação aju mercado saberá ap cimento e a credibi força moral de que

c) Agregar qualida

O Parlamento 1 científica que s a natureza da noss. o campo de aplicaç profissão com a cor.

Propugnamos d ções públicas, para riormente, obter re agregar qualidade à

relações públicas no Brasil

objetivos – são o escopo
justificativa é ser um dos

contribuição no processo
séria, e muito espe-
riedade das nossas ações

a obtenção de resulta-

ção da confiabilidade
laborariam e, por isso,

do Mercosul, no Brasil
regulador, e não regula-
to e consolidação, evi-

entária dos iguais reu-
ldição da sua herança
entariamente queiram
a determinar os cami-

auto-regulamentador,
nte do mercado, pois o

ado passará a perceber
interessados em man-

ativas e rígidas para a
econômica e prestígio
dade na qual entramos

ssidade de dotar o ór-
rioral e prestígio social.

Propomos que uma dessas escoras deva ser o exame de qualificação para a atuação profissio-
sional. Trata-se de prova de proficiência destinada a exigir e manter determinado nível de
conhecimento e qualidade técnica, zelando muito mais pelo respeito profissional e prestígio
social da profissão do que [pelo] nome individual do profissional que se submete à prova.

Propomos que o exame de qualificação seja prestado perante banca examinadora que fun-
cionará conforme normas, prazos e rituais acadêmicos publicamente conhecidos e aprovados
previamente pelo órgão auto-regulamentador.

Qualquer profissional já registrado no órgão poderá submeter-se, voluntariamente, ao
exame de qualificação, e no caso de aprovação terá o direito de acrescentar as letras TQ (ou
outras siglas que sejam aprovadas) ao título de relações públicas do seu cartão profissional,
indicando, assim, ao mercado que ele está “tecnicamente qualificado” por ter sido aprovado
no exame de qualificação.

O exame deve primar pela objetividade, estabelecendo um sistema de pontuação em que
sejam reconhecidos, por exemplo:

- anos de atividade;
- formação universitária em curso específico;
- pós-graduação na área;
- cursos de especialização;
- tamanho das empresas em que trabalhou ou clientes atendidos etc., oferecendo um pro-

cesso que deverá estar, reconhecidamente, revestido da maior e mais absoluta lisura.

Criar-se-ão, assim, profissionais de primeira e segunda classe? Sim! Exatamente o que
queremos! Em outras palavras, exatamente o que o mercado quer/necessita!

O exame de qualificação que estamos propondo estabelece uma necessária separação, ni-
tidamente percebida, pelo mercado, entre profissionais tecnicamente qualificados que con-
seguem demonstrar a eficiência das relações públicas e os outros, que sem preparação nem
capacidade a deturpam no mercado.

Acreditamos que apenas e tão-somente a demonstração de qualidade técnica, que o exame
de qualificação ajudará a testar, afastará da profissão os aventureiros e os incompetentes. O
mercado saberá apreciar essa profilaxia, recompensando as relações públicas com o reconhe-
cimento e a credibilidade há tanto tempo procurada, agora legitimada socialmente devido à
força moral de que estará dotada.

c) Agregar qualidade

O Parlamento Nacional de Relações Públicas reclamou, com justa razão, da ausência de
cientificidade que sempre acompanhou a atividade de relações públicas. Pensamos que, sendo
a natureza da nossa profissão extremamente genérica – por ser genérico o objeto de análise e
o campo de aplicação –, muito teremos a ganhar se permitirmos o enriquecimento da nossa
profissão com a contribuição vinda de outras ciências.

Propugnamos decididamente pela criação de cursos específicos de pós-graduação em rela-
ções públicas, para que profissionais de outras áreas possam se especializar na nossa e, poste-
riormente, obter registro no órgão auto-regulamentador. Não temos dúvida de que isso vai
agregar qualidade à profissão, enriquecida que será pelas visões interdisciplinares. Ao contrário

Parte 1: História das relações públicas no Brasil

do que possa ser pensado, essa abertura não significa invasão, mas enriquecimento pelo acréscimo de conhecimentos. Isso representa certeza de crescimento. Em todos os sentidos.

Para nós, os três itens anteriormente propostos não exigem para sua validade a ameaça da desregulamentação branca provocada pelo Mercosul. Eles são válidos mesmo agora, sob a vigência da Lei n. 5.377.

5. Comunicação como garantia de cidadania

Acreditamos de tal maneira na nossa profissão e nos resultados que ela pode provocar que, na presente hora da construção de uma nova sociedade há muito reclamada, temos a certeza de podermos contribuir de maneira decisiva.

Para isso, introduzimos um conceito que gostaríamos de ver discutido, melhorado, assimilado e incorporado como área de atuação de nossa profissão. Enquanto não esgotada a discussão e por falta de um melhor nome, o chamaremos de comunicação pública.

A idéia é colocar a comunicação dos negócios públicos como fator estratégico fundamental para a plena vivência da democracia no País. A comunicação pública é um processo permanente, com base na autenticidade e na transparência das informações que, obrigatoriamente, devem ser disseminadas pelas várias instâncias que compõem o Poder Público. Trata-se de um conceito de comunicação comprometida com o exercício da democracia, em que a autoridade de turno exerce o direito de informar, mas no qual também deve ser exigido o direito dos cidadãos de serem eficientemente informados. Não se contribui com o aperfeiçoamento da democracia ao deixar apenas à responsabilidade e habilidade da imprensa a denúncia de situações anômalas quando estas já atingiram o patamar de um escândalo. Com a comunicação pública vigente não teriam existido os desastres do Banco Nacional, do Banco Econômico, da Construtora Encol e muitos outros. A opinião pública os teria conhecido antes...

A comunicação pública é a comunicação cívica que nos países de língua inglesa recebe o nome de accountability, um conceito que vai muito além da prestação de contas, pois promove fluxo da comunicação entre as necessidades da sociedade e aquelas que estão disponíveis nas instituições públicas que são, por natureza, as portadoras do interesse coletivo.

Convidamos à discussão profunda desse conceito, hoje uma necessidade social e cuja operacionalização pertence de maneira legítima ao campo das relações públicas.

Assinado: Cândido Teobaldo de Souza Andrade; Celso Alexandre de Souza Lima; Elizabeth Brandão; Fábio França; Jorge Eduardo de Araujo Caixeta; Julio Zapata; Paulo César Coelho Ferreira; Roberto Porto Simões.

Atibaia, SP, outubro de 1997.

O ensin
e

O
ci
at
e:
ci
bi
ci
rr
n
ci
s:
di
o