

# **A trajetória das Relações Públicas nos países do Mercosul: reflexão e pesquisa da atividade <sup>1</sup>**

**Profa. Dra. Maria Aparecida Ferrari <sup>2</sup>**  
**Universidade Metodista de São Paulo**

## **Resumo**

O presente estudo tem como objetivo refletir sobre a trajetória das relações públicas nos países do Mercosul e identificar os elementos da história que influenciaram o desenvolvimento da atividade em cada um dos países membros do referido tratado. Pretende-se que o estudo ofereça insumos para desenvolver um debate crítico que ajude a compreender a importância da atividade na sociedade contemporânea. Além dos quatro países membros do Mercosul, o Chile foi incluído no estudo, considerado pelo tratado como sócio. A inserção do Chile no presente estudo ampliará o espectro de análise das relações públicas na América do Sul.

Palavras-chaves: Relações Públicas na América Latina; Mercosul; História das Relações Públicas; Identidade Latino-americana; Cultura local.

Pesquisadores brasileiros como Ferrari (2003), França (2003) e Kunsch (2003), têm se dedicado nos últimos anos a questionar a importância da construção de uma teoria de relações públicas para fornecer sustentação de seu exercício profissional. Tal postura nos leva a compreender que na América Latina estamos frente a uma profissão ainda em fase de desenvolvimento, com problemas de ordem conceitual. Seu arcabouço teórico, carente de dados fornecidos por pesquisas com pouca fundamentação científica, encontra-se, na maioria das vezes, sua sustentação na bibliografia estrangeira e em práticas e estilos pessoais.

Enquanto os estudiosos conclamam pelo desenvolvimento de estudos globais, Ferrari (2003:55) aponta que “em outros países os pesquisadores têm dedicado a estudar as especificidades ‘locais’ das relações públicas e, principalmente, a influência das culturas nacionais. J.Grunig, L.Grunig e D. Vercic (1998) como resultado de suas pesquisas, propuseram uma teoria global de relações públicas com princípios genéricos e aplicações específicas – uma teoria intermediária entre as teorias etnocêntrica e policêntrica. Para os

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 05 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Diretora da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), coordenadora do Curso de Relações Públicas e professora na mesma instituição. Na Universidade de São Paulo desempenha a função de docente no Curso de Relações Públicas. Diretora – responsável pela

autores os princípios genéricos significam, no sentido abstrato, os princípios de relações públicas que são os mesmos para o mundo todo. As aplicações específicas significam que estes princípios abstratos devem ser aplicados diferentemente em distintos contextos.

Diante deste panorama, ao levantar a bibliografia especializada e as pesquisas desenvolvidas tanto no Brasil como nos demais países membros do Mercosul observou-se que existem poucos estudos nos quais os pesquisadores se debruçaram sobre a questão da trajetória histórica das relações públicas na América Latina. O resultado de nossa pesquisa apontou a existência de alguns estudos específicos sobre a história das relações públicas na América do Sul, como os realizados no Brasil por Andrade (1963) e Becerra (1983) e o resgate histórico elaborado por Délano (1990), no Chile. A Argentina conta com a obra de Escalante (1968). No Uruguai, as Relações Públicas tiveram o seu auge nos anos 60 sustentada pela criação da FIARP (Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas) que, em 1985, passou a ser a atual CONFIARP (Confederación Interamericana de Relaciones Públicas). As publicações e estudos encontrados remetem-se aos textos publicados na Revista Relaciones Públicas & Comunicación, editada pela Asociación Uruguaya de Relaciones Públicas. No Paraguai, foram encontrados alguns artigos e relatos de profissionais que mencionavam fatos da trajetória das relações públicas, porém sem uma estrutura lógica que requer um texto histórico.

Para poder compreender a história e a trajetória das relações públicas nos países membros do Mercosul esta pesquisa pretende analisar as condições contextuais específicas apresentadas por J. Grunig, L. Grunig e Vercic (1998) que são: sistema cultural (incluindo a linguagem), os sistemas políticos, econômicos e sociais, assim como o sistema midiático, que influenciaram o desenvolvimento e a trajetória das relações públicas nos países membros do Mercosul. Outra dimensão importante para o estudo em questão foi o conhecimento de como está estruturado o ensino da atividade nos países pesquisados. A academia é o terreno fértil para compreender o “ser” e o “fazer” da profissão e, evidentemente, tal exercício permite fazer inferências e relações para compreender o comportamento tanto do ensino como da prática das relações públicas.

### **Transformação do cenário da América Latina: Globalização e Modernidade**

O maior desafio do referido estudo é conhecer o cenário vivido pelos referidos países, pelo menos nas últimas três décadas do século XX. Produto de mudanças estruturais e culturais tanto no mundo como na região, a transformação da América Latina e sua desarticulação clássica entre Estado e sociedade ocorreu com a democratização política, a democratização social por meio da luta contra a exclusão e pela cidadania, a reconstrução e reinserção das economias regionais e a redefinição de um modelo de modernidade.

O fenômeno da globalização, e conseqüentemente a transformação da sociedade moderna, influenciaram o desenvolvimento da América Latina. Nesse estudo a globalização é vista sob dois aspectos, o econômico, na importância da interpenetração entre os mercados e, o comunicacional, por meio da utilização da tecnologia nos meios de comunicação e das redes reais e virtuais que influenciam nas decisões da sociedade causando conseqüências.

Junto com as transformações provenientes dos processos de globalização, onde as sociedades latino-americanas se situam de uma maneira dependente aos centros hegemônicos fica claro que as mudanças ocorreram em graus e circunstâncias diferentes e em diversas dimensões em cada um dos países do Mercosul. Os processos mais importantes destacados por Garretón (2003) são, em primeiro lugar, o que se refere à substituição das ditaduras por sistemas políticos-institucionais de relativa consolidação democrática. Segundo, é o esgotamento do modelo de “desenvolvimento para dentro”, que foi substituído por um papel mais forte do setor privado que tratou de buscar sua inserção na economia globalizada. Terceiro, é a transformação da estrutura social, com o aumento da pobreza, das desigualdades, da marginalidade e a precariedade dos sistemas de trabalho. E, por último, a crise é uma das formas clássicas de modernização e de cultura de massas norte-americana predominantes nas elites dirigentes e o reconhecimento e desenvolvimento de formulas próprias e híbridas de modernidade.

A apresentação deste cenário permite identificar processos hoje vividos pela maioria dos países da América Latina. Assim conclui-se que cada país tem um problema distinto, porém todos estão de algum modo em um processo complexo que aponta à conquista do fortalecimento de seu sistema sócio-econômico-político que possa assegurar sua legitimidade. Portanto, o atual momento é de tomada de decisão por uma responsabilidade

coletiva da construção social onde seja valorizada a experiência histórica, baseada em valores comuns como a solidariedade, a justiça, a liberdade, paz, além do respeito às idiosincrasias de cada um dos países.

Concluindo, o objetivo deste estudo é de ressaltar a afirmação de Lopes e Melo (1997:37) quando dizem que “a regionalização não é um obstáculo à globalização. Não são forças excludentes. Ao contrário, aquela pode ser vista como um processo por meio do qual a globalização recria a nação, de modo a conformá-la à dinâmica da economia transnacional”.

### **Mercosul: solução para os países latino-americanos?**

São quase 300 milhões de habitantes que atualmente fazem parte da constituição do mercado do Mercosul. O objetivo é reforçar o potencial da região a serviço da melhoria do nível de vida dos seus povos, do desenvolvimento de suas relações com o resto do mundo e, em especial, da integração dos países visando o fortalecimento do continente, tanto na esfera econômica, como social e, principalmente cultural e educacional.

Cabral (2001) enfatiza a importância das democracias latino-americanas passarem da posição de espectadores passivos à de agentes participantes das soluções e medidas que atendam às suas necessidades, ou seja, de súditos à cidadãos. A população local e os diversos segmentos da sociedade conhecem melhor seus problemas e soluções, portanto, a substituição do ‘autoritarismo’ pela ‘participação’ organizada da sociedade é fator de desenvolvimento real e bem-estar social. O presente estudo compartilha a reflexão do autor na medida em que as realizações do tratado vierem a proporcionar um desenvolvimento humano sustentável que preserve a cultura e os valores da sociedade latino-americana.

Do ponto de vista histórico-político, o continente tem mostrado, em maior ou menor grau, que cada um de seus países, ao longo de suas emancipações políticas mantêm razoáveis índices de democracia. Não obstante, do ponto de vista econômico a dependência que se mantém em relação aos países desenvolvidos é ainda uma constância. E a esse respeito ainda há muito por fazer em termos de desenvolvimento de políticas públicas para lograr o desenvolvimento da cidadania e do interesse público.

Sob o ponto de vista das relações públicas, o que se espera é o início de um processo de integração entre as instituições de ensino, centros de pesquisas e estudiosos para começar um trabalho conjunto que permita identificar a influência das variáveis referentes aos sistemas político, econômico e cultural, a atuação da mídia e a importância e relevância dos grupos de ativistas na prática dos profissionais de relações públicas e, conseqüentemente, verificar qual é o conceito da atividade que tem sido difundido em cada um dos países do Mercosul.

### **Trajetória das Relações Públicas: Argentina, Brasil, Chile, Paraguai e Uruguai**

O recorte que se pretende fazer neste estudo trata preservar a realidade histórica passível de transformações, pois o movimento histórico é que dará significados às análises aqui apresentadas. Assim sendo, a subjetividade do pesquisador estará sempre diluída no caminho desta pesquisa. Tal fato é bem descrito por Morin (2001) que diz que é na história que existimos. Isso significa que não podemos nos compreender fora da história.

Nesta primeira etapa da pesquisa, apresentaremos os resultados preliminares obtidos mediante a bibliografia existente e, também de contatos pessoais e via e-mail com pesquisadores dos países em questão. É importante ressaltar a grande dificuldade que a pesquisadora tem encontrado para a realização deste estudo pois, mesmo com o ineditismo da pesquisa para descrever o cenário das relações públicas, nota-se que os profissionais e investigadores contatados tratam com certa incredulidade a relevância do objeto de estudo.

Estaremos descrevendo os principais fatos que ajudam a compreender a trajetória que as Relações Públicas tomou nos diferentes países pesquisados. Iniciaremos nossa análise pelo Brasil, seguido da Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai.

### **Trajetória das Relações Públicas no Brasil**

O Brasil destaca-se como pioneiro da prática das relações públicas frente aos demais países da América Latina por sua história e trajetória. Entre as décadas de 1910 e 1940, o exercício da atividade esteve restringido a poucas empresas internacionais e a criação de alguns setores de Informação Públicas em órgãos governamentais. Na década de 1940 inicia-se a promoção de cursos ministrados na Fundação Getúlio Vargas, no IDORT e na PUC/RJ, com o objetivo de capacitar os profissionais que, nessa época, praticavam a atividade em empresas públicas e privadas. Dos profissionais que participaram dos cursos

livres surgiu o grupo que, em 1954 resolveu fundar a ABRP (Associação Brasileira de Relações Públicas). A entidade teve um papel preponderante no desenvolvimento da atividade no Brasil. Trouxe especialistas estrangeiros como Harwood I. Childs, Eric Carlson e Neville Sheperd. Como diz França (2003), “ninguém pode contestar o importante papel desempenhado pela ABRP na criação, na consolidação e na institucionalização das relações públicas no Brasil”.

Entre as décadas de 1950 e 1960, destaca-se um período de grande desenvolvimento econômico do governo. Surgem os departamentos de relações públicas nas organizações como a Companhia Siderúrgica Nacional (1950), General Motors do Brasil (1962), Pirelli (1963), R.F.F.S.A. (1968), SANBRA (1969), Philips (1970), Dow Química (1973), entre outras.

O momento mais relevante que serve de pano de fundo para contextualizar a trajetória das relações públicas foi a lei no. 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que disciplinou o exercício profissional de relações públicas, depois regulamentada pelo decreto no. 63.283, de 26 de setembro de 1968, tornando o Brasil o primeiro país do mundo a adotar legislação específica sobre as relações públicas, sob a égide do período militar. Segundo Teixeira (2000:28) a lei que regulamentou a profissão “faz parte de uma teia cuidadosamente urdida com o aparente propósito de proteger o exercício da atividades, mas que, na realidade, buscava colocar nas mãos do poder central as rédeas da comunicação”. Na mesma época, a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo instituiu o primeiro curso superior de Relações Públicas, com duração de quatro anos.

As décadas de 60 e 70 foram marcadas pelo período de governo militar que influenciou a prática profissional, uma vez que foi assumida pelo governo como bandeira para fazer sua promoção sistematizada na sociedade e impedir o seu livre exercício como atividade democrática.

A história das relações públicas no Brasil passou por um grande avanço a partir dos anos 80, em decorrência de três fatores: as transformações econômicas e, principalmente a abertura política; o crescimento das assessorias e agências de comunicação, que passaram a oferecer um serviço integrado e, por último, o desenvolvimento da produção científica.

Em 1981, foi criado o primeiro sindicato dos trabalhadores de relações públicas do Rio Grande do Sul, seguido pelo Rio de Janeiro, em 1984, e o do Estado de São Paulo em 1985.

A última década do século XX foi marcada pela abertura democrática e pela ocupação das relações públicas por profissionais da área de jornalismo e a propaganda. Os profissionais de relações públicas enfrentaram dificuldades na reabilitação da atividade e de sua credibilidade para gerenciar os relacionamentos das empresas com seus públicos, dentro do jogo democrático. As entidades da categoria que até o final da década dos anos 80 haviam tido um papel de legitimadoras da atividade, passam, na década de 90, a Ter menos relevância no cenário nacional, deixando de ser os baluartes da profissão.

Os anos 90 foram brindados com a criação do Parlamento Nacional de Relações Públicas, liderado pelo Conselho Federal de Relações Públicas (CONFERP), entre 1993 a 1997. O Parlamento Nacional foi o primeiro movimento de recuperação do conceito e do mercado que discutiu com os profissionais a “desregulamentação” da profissão e as novas funções dos profissionais. Do documento de conclusão, foi elaborado uma proposta de alteração na lei 5.377 apresentando a possibilidade de filiação no Sistema Conferp dos profissionais de outras habilitações, desde que tenham cursado Lato ou Stricto Sensu na área de relações Públicas. Tal documento encontra-se na Câmara dos Deputados para apreciação.

Os anos 90 trouxeram as grandes agências internacionais de relações públicas como a Burson-Marsteller, Hill and Knowlton, Porter Novelli, Ketchum, Edelman, entre outras. A maioria delas utilizou a estratégia de associar-se a empresas brasileiras, pois isso facilitaria sua incursão no mercado nacional da comunicação e do conhecimento das características de negociação do executivo brasileiro. As agências internacionais acabaram colaborando para que as empresas locais, de menor porte, se reposicionassem no mercado, aumentando a oferta de serviços especializados e, portanto, melhorando a qualidade dos projetos de comunicação.

Assim, o século XX terminou com uma forte influência do fenômeno da globalização e do avanço da tecnologia, que agilizou os processos organizacionais, acelerando a transmissão de dados e informações. Essas influências proporcionaram o desenvolvimento de ferramentas eletrônicas de comunicação nas empresas, assim como novas áreas de atuação, abrindo novos espaços para os profissionais de relações públicas.

Com relação a academia, hoje existem 71 cursos superiores (Umesp, 2004) oferecidos por universidades brasileiras, sendo 80% em instituições de ensino privado. Os cursos têm sido a base de sustentação para o exercício da atividade profissional, porém as áreas afins como o jornalismo e o marketing têm conseguido fazer sombra às relações públicas graças a fácil compreensão conceitual do ser “ser” e “fazer” junto ao público.

As entidades de classe, que outrora tiveram um papel preponderante na difusão da atividade, hoje encontram-se esvaziadas, sem expressão, contando com excessiva inadimplência de seus associados que, sem receber qualquer estímulo por parte das associações preferem abandonar seus registros profissionais.

### **História das Relações Públicas na Argentina**

Segundo dizem os profissionais argentinos, as relações públicas na Argentina surgiram ainda na época das colônias, quando os primeiros “lobistas”, contra a tutela espanhola foram os membros da primeira junta de governo de 1810. Porém, os primeiros sinais formais da prática de relações públicas começaram a aparecer com as companhias estrangeiras que se instalaram na Argentina na primeira metade do século XX. Em 1930 já estavam instalados na Argentina o Banco de Galícia, Lever Brothers (atual Unilever), Shell, Siemens, Swift Armour, Banco Rio de la Plata, Ericsson, Colgate Palmolive, Astra, Bayer, Agfa-Gevaert, Price Waterhouse, Goodyear, Citibank, Kodak, entre outros.

Entre as grandes empresas nacionais criadas na década de 30 estavam Peñaflor, Molinos Río de la Plata, Mastellone Hnos., Loma Negra, Juan Minetti, Terrabusi. A função de relações públicas, quando existia, sua prática era realizada de maneira informal e muitas vezes era executada por uma secretaria geral ou pela área jurídica. Curiosamente, em escritos encontrados, observamos o desejo dos argentinos em serem os primeiros a praticar as relações públicas, quando afirmaram que, “uma comparação com o que ocorreu na Europa, mostra que a Argentina se antecipou ao continente, uma vez que na Europa as relações públicas recém se firmaram depois da Segunda Grande Guerra Mundial”.

Foi somente a partir dos anos 50 que se pode falar de relações públicas na Argentina como atividade profissional sistematizada. Com a chegada, em 1958, de Frondizzi à presidência da república, com sua política desenvolvimentista de abertura aos capitais estrangeiros, a economia argentina tomou outra dimensão. As companhias multinacionais que já existiam

no país passaram a crescer em volume, principalmente as automotoras e as petroleiras. Nessa época o país passou a tomar contato com o que estava ocorrendo no exterior, inclusive sobre a comunicação empresarial. Nesta época chega ao país o norte-americano Harry Müller, responsável por administrar a conta da Chrysler; logo a seguir, Müller criou sua própria consultoria externa de relações públicas.

Aos poucos as empresas estrangeiras começaram a criar seus departamentos de relações públicas locais com funcionários provenientes dos seus países de origem que traziam o “know how” necessário para praticar relações públicas. No final dos anos 50, coordenados por Gonzalo Fernández Madero, os primeiros profissionais começaram a reunir-se para trocar informações, experiências e a organizar seminários, enquanto outros foram especializar-se no exterior.

Em 1958 foi criada a Associação Argentina de Relações Públicas por profissionais argentinos e estrangeiros que trabalhavam com relações públicas na época. Em 1961 foi fundado o Círculo Argentino de Profissionais de Relações Públicas. Em 1967 surge a idéia de se unir a Associação Argentina de RP (1958) com o Círculo de Profissionais de Relações Públicas (1961), fato que se concretizou em 1969, com a gestão de Osvaldo A. Castaño y Abel de Almeida, para então surgir a Associação Argentina de Profissionais de Relações Públicas.

O primeiro intento de ensino formal se deu em 1962 com a criação da Escola de Relações Públicas, organizada pelo Círculo de Profissionais de RP. Esta foi a primeira instituição educativa que se dedicou a ministrar, formalmente, o curso de RP na Argentina, ainda assim seu título não era universitário e nem oficial. Em 1964, a Universidad Argentina de la Empresa (UADE) abriu o primeiro curso de relações públicas que outorgava o título universitário de licenciado, aprovado pelo Ministério de Educação.

Os anos 60 foram considerados a verdadeira época de ouro das relações públicas, quando surgiram os primeiros programas de comunicação baseados em planos estratégicos. Os departamentos de relações públicas da Ford, General Motors, IKA, Esso, Shell são alguns exemplos de como as relações públicas haviam se profissionalizado no país.

Os anos seguintes foram decisivos para a área acadêmica. Em 1968, foi aberto o curso de relações públicas na Universidad Argentina John F. Kennedy; em 1973, pela Universidad

Nacional de Lomas de Zamora e, logo depois pela Universidad de Morón. Estas instituições, junto com a Universidad de Palermo e a Universidad Siglo XXI de Córdoba, são as instituições de ensino que atualmente ministram o curso superior de relações públicas. A Universidad Austral e a UCES oferecem programas de pós-graduação em Comunicação Institucional.

A década de 70 foi turbulenta com o curto segundo período de Perón seguido por sua mulher, Isabelita e, depois com a chegada do novo governo castrense e o fechamento do Congresso, o país teve seus rumos alterados. Assim, com a presença de um Estado forte, as relações públicas incluíam 80% de relações com o governo; além disso a comunicação nas empresas sofreu um tremendo corte orçamentário. Juntamente com esse quadro, as companhias multinacionais radicadas no país passaram a sofrer ações de seqüestro de seus dirigentes por parte da guerrilha armada e, também, por causa da guerra nas Malvinas.

Com o final da década de 1980, com o retorno da democracia, a sociedade começou, timidamente, a demandar mais informação. Na área privada, a era da terceirização havia começado. Primeiro por parte dos departamentos que haviam cortado seus orçamentos e seu pessoal e, depois, próximo da década de 1990, a privatização de empresas estatais e sua conseqüente racionalização. As empresas começam a dedicar-se ao planejamento estratégico enquanto que as agências passaram a executar os programas aprovados. Se instalam no país as representações das agências de relações públicas mais importantes do mundo.

Diante de uma situação de constantes mudanças e adaptações, hoje existem na Argentina 13 cursos universitários de relações públicas. São seis as universidades que oferecem um curso de pós-graduação na área de Comunicação Corporativa ou Empresarial. Também existe uma ênfase na área de Cerimonial e Protocolo, bastante difundida no país, como sendo uma especialização bem típica dos profissionais de Relações Públicas.

### **História das Relações Públicas no Chile**

No Chile, a atividade de relações públicas surge, formalmente, com a instalação, em 1952, do primeiro departamento de Relações Públicas, na empresa mineira canadense Braden Copper Company, sob a gerência de Mario Illanes Peñafiel e, em 1953, com a abertura da

primeira assessoria de relações públicas, por Ramón Cortez Ponce, ex-diretor da escola de Jornalismo da Universidad de Chile.

Durante as décadas que sucederam a criação dos primeiros departamentos de relações públicas, a atividade esteve fortemente vinculada a dois fatos importantes: primeiro, a habilitação do jornalista para exercer as atividades de relações públicas, conforme o parecer de 1959, emitido pela Controladoria Geral da República e, segundo, mediante os cursos e seminários de relações públicas que eram ministrados por entidades, que, na realidade, não ofereciam uma preparação adequada para enfrentar os jornalistas, visto que estes possuíam um título universitário e uma melhor preparação acadêmica.

Nos anos 80, nascem os institutos profissionais, que ofereciam cursos de relações públicas, porém num nível mais operacional e técnico do que estratégico. Esse "descompasso" entre a formação do jornalista, em nível universitário e do profissional de relações públicas, em nível técnico, fez com que o cenário não se alterasse durante muitos anos. As empresas que contavam com um departamento de comunicação tinham um jornalista a cargo das funções gerenciais.

Em 26 de maio de 1983, foi criado o Colegio de Relacionadores Públicos de Chile A.G., com o objetivo de reposicionar e legitimar os associados, já que a maioria não contava com estudos formais (alguns dos profissionais não tinham sequer a formação universitária), e apoiar os processos de abertura de mercado derivada pelo fim do bloqueio econômico sofrido pelo Chile no final dos anos 70 e no início de 80.

As décadas de 70 e 80 foram marcadas pela ditadura militar que influenciou bastante a prática das relações públicas. Segundo Délano (2000), o período militar (1973 a 1990), foi positivo, pois possibilitou a legitimação de relações públicas, uma vez que a abertura econômica ajudou a sociedade a passar de um modelo fechado para um estilo aberto e globalizado, além de considerar a privatização como uma alavanca para novos negócios. Uma segunda corrente acredita que o regime ditatorial restringiu o papel dos meios de comunicação e, conseqüentemente, as atividades de relações públicas desenvolvidas nas empresas, que, segundo Ruiz-Velasco (1995), nessa época limitavam-se à organização de festas e coquetéis. Durante o governo militar, muitos postos de relações públicas foram

ocupados por militares de confiança do governo. De acordo com essa corrente, houve uma estagnação das relações públicas, que durou até o início dos anos 90.

As grandes transformações políticas e econômicas nos anos 80 e 90 aceleraram o processo de privatizações, o que atraiu ao país muitas empresas estrangeiras de prestígio e experiência internacional. Isso ocasionou a incorporação de novos modelos de gestão no país. Até o final de 1999, não foi observada nenhuma grande mudança no panorama das Relações Públicas no país. Existe, ainda, uma forte preferência pelos profissionais habilitados na área do jornalismo.

Por outro lado, “as universidades e institutos que oferecem os cursos técnicos e superiores não estão interessadas em divulgar o número real de egressos, pois estes superam em muito o número de postos de trabalho. Alguns profissionais calculam que existem aproximadamente 6.000 alunos formados, dos quais uns 1.000 são aproveitados pelo mercado e desses, somente 120 desempenham um papel estratégico nas organizações” (Délano, 2000).

Observou-se a existência de um grande lapso de informações, pois é ínfima a literatura especializada que aborda a história das Relações Públicas no Chile. Délano (1990) debruçou-se sobre a biografia dos três precursores nacionais, mostrando a trajetória pessoal de cada um dos personagens, enquanto que Eyzaguirre (1993) ocupou-se em sintetizar a história do ensino das Relações Públicas. Portanto, todas as informações aqui registradas são “recortes” de opiniões e comentários orais e em alguns artigos publicados na mídia impressa.

Atualmente, existem, aproximadamente, 15 agências de Publicidade que desenvolvem trabalhos integrados de comunicação, incluindo o de Relações Públicas. As assessorias que mais se destacam diante de seus clientes são as multinacionais ou as que trabalham em parcerias com suas sócias estrangeiras.

Até o momento não existe um registro atualizado das empresas que possuem departamento de relações públicas/comunicação no país. O Colegio Profesional de Relacionadores Públicos de Chile é o órgão nacional que representa a categoria, porém não ocupa um lugar de destaque nos meios empresariais e acadêmicos, uma vez que a grande maioria dos cargos de “Relacionadores Públicos” nas empresas e instituições ainda são ocupados por

jornalistas de formação, filiados à sua agremiação específica. Hoje existem sete cursos superiores de relações públicas oferecidos por universidades e oito institutos profissionais que ministram cursos técnicos.

### **História das Relações Públicas no Paraguai**

As Relações Públicas no Paraguai tiveram um desenvolvimento somente nas últimas décadas do século XX. Não existem registros de obras e textos que relatem, de forma sistematizada, a história da atividade no país. Assim sendo, não foi encontrado qualquer documento que oferecesse informações sobre a prática das relações públicas nas organizações privadas e instituições públicas. É de conhecimento público que as grandes assessorias norte-americanas de relações públicas atendem, à distância, empresas multinacionais que estão instaladas no Paraguai.

Os cursos superiores de comunicação social existem há mais de 30 anos nas áreas de jornalismo e meios modernos de comunicação. Segundo Orué (1998:259),

“são várias as razões que levaram o país a contar com tão baixa produção científica neste campo. Entre as razões podemos citar: a escassa formação do quadro docente das universidades; o índice reduzido de egressos na área de comunicação; os governos autoritários que dominaram o país, principalmente o de Stroessner, de 1954 a 1989, que evitou e impediu durante estes anos o estímulo à formação científica em quase todos os campos do saber; a repressão política durante esses anos de ditadura a setores diretamente relacionados com a produção científica e a precária estrutura institucional das universidades, entre outros”.

Observa-se que a história das relações públicas no país esteve sempre atrelada ao exercício das entidades da categoria. Em 9 de novembro de 1963 foi constituída a Associação Paraguaia de Profissionais de Relações Públicas, com a participação de 26 sócios fundadores. A partir desta data foram realizadas várias jornadas nacionais e internacionais, porém há mais de dez anos a entidade foi desativada.

Outra iniciativa foi a criação do Colégio de Graduados em Relações Públicas em dezembro de 1990. Entre os principais objetivos da entidade destacavam-se: fomentar o espírito de solidariedade e a recíproca consideração entre os bacharéis de Relações Públicas; velar pelo prestígio, decoro e independência da profissão; defender os direitos e

interesses profissionais de seus membros; capacitar os profissionais adequadamente mediante a realização de conferências, seminários, congressos ou outro tipo de manifestação de cultura; observar as regras éticas profissionais; orientar a opinião pública através dos meios de comunicação.

Atualmente, existem no país somente dois cursos superiores de relações públicas, o que mostra a fragilidade e a falta de legitimidade da atividade profissional. Os cursos são ministrados pela Universidad Autónoma de Asunción e pela Universidad Comunera, ambas localizadas na capital do país. A falta de informações sistematizadas, de bibliografia específica produzida por autores locais, a pouca expressão dos cursos universitários do país e a inexistência de entidades da categoria que proporcionem a difusão e a legitimação das relações públicas são as causas do desconhecimento e da prática no país.

### **História das Relações Públicas no Uruguai**

As Relações Públicas no Uruguai surgem, de maneira formal, no setor governamental nos anos 50, com a criação dos departamentos de relações públicas nas três armas: Exército, Marinha e Aeronáutica. Na década de 1960 a empresa estatal ANCAP (Administração Nacional de Combustíveis, Álcool e Portland) foi a pioneira ao estabelecer um departamento de relações públicas. Nessa mesma década, empresas do setor privado instalavam, também seus departamentos de relações públicas, como a Sudamtex, Ildu, Canal 4 Montecarlo, os jornais El País e El Día, as lojas Angenscheidt, Montevideo Refrescos (Coca-cola), FIAT, ESSO, Agencia Nacional de Informaciones – ANI e as empresas de aviação VARIG e PLUNA, entre outras.

Assim como ocorreu nos demais países pesquisados, observa-se que no Uruguai as entidades da categoria também tiveram um papel fundamental para o desenvolvimento das relações públicas. O grande incentivador para a criação da Asociación Uruguaya de Relaciones Públicas (AURP), em 19 de setembro de 1962, foi Radeck Balcárcel, na época gerente de relações públicas da ANCAP e subsecretário do jornal El País.

Desde sua fundação, a AURP se converteu em centro de referência para a prática de relações públicas no Uruguai. Por causa de sua constante participação em seminários,

congressos e atividades tanto no país como no exterior, seus membros ajudaram a promover as relações públicas.

Em 1966 começam os primeiros cursos de relações públicas, patrocinados pela AURP. Os cursos foram ministrados pelo advogado e profissional de relações públicas argentino Dr. Carlos Panisello LaMoglie. Juntamente, Román Perez Senac deu-se início ao curso de relações públicas Agrárias.

A partir de 1968 e durante a década de 70, a AURP passou a desenvolver as Jornadas Nacionais marcando presença em eventos interamericanos de relações públicas. Em 1981, a AURP patrocinou cursos de relações públicas, em nível técnico, em conjunto com o Centro de Estudos e Capacitação do Uruguai – CECU. Em 1983, a AURP organiza e realiza o 1º Encontro Mundial de Professores de relações públicas.

Em 1986, os cursos são organizados sob a coordenação da AURP e, em forma sucessiva incorporam os cursos, em nível técnico (1 ano); Consultor em RP (2 anos) e Manager (3 anos). Desta maneira a AURP contribuiu formalmente para a capacitação em RP com uma resposta categórica por parte dos alunos que desejavam incorporar conhecimentos para utilizar em suas respectivas atividades profissionais. Os cursos promovidos pela AURP se estenderam todo o país, chegando a cobrir, em forma quase simultânea, vinte cidades do Uruguai. Paralelamente foram constituídas associações locais, com o aval da AURP. Também foi criado um centro de estudantes com o apoio da entidade.

Atualmente as empresas que reconhecem a importância das relações públicas são assessoradas por agências internacionais especializadas; também é sabido que em todos os escritórios públicos, ministérios e até na presidência da república encontram-se pessoas capacitadas pela AURP. Segundo os profissionais de relações públicas, o conceito da atividade de relações públicas está mais relacionado ao protocolo e aos eventos sociais do que à administração ou ao planejamento da comunicação empresarial e institucional.

Se as relações públicas tiveram seu auge entre as décadas de 1960 a 1990, tal fato se deve ao trabalho incansável de Román Perez Senac que, por várias gestões participou ativamente da FIARP e depois CONFIARP. Vale recordar o esforço de Senac com a publicação dos boletins da AURP e dos fascículos da revista RRPP & Comunicación, hoje únicos registros da atividade no Uruguai.

Atualmente as universidades uruguaias não oferecem o curso universitário de relações públicas. Há 18 anos a única forma de capacitação se dá somente por meio de cursos ministrados pela Aulp. Observa-se que, nos últimos anos as relações públicas têm tido um baixo perfil, talvez causado pela falta de incentivo das entidades da categoria e pela inexistência de cursos universitários que ofereçam a preparação adequada para os profissionais do mercado.

## **Conclusões**

A pesquisa realizada até o momento apresenta dados preliminares que deverão ter sua continuação para cumprir integralmente com os objetivos traçados. A análise mediante o uso das condições contextuais dos países em questão aponta que as variáveis locais são as que aceleram ou impedem o desenvolvimento das relações públicas. Conclui-se que a égide da ditadura militar que perpassou todos os países pesquisados, em algum momento do século XX, marcou profundamente os relacionamentos e o desenvolvimento das capacidades básicas da sociedade em cada um dos países, em níveis e graus distintos.

No caso das relações públicas, a crise da educação na América Latina se reflete no débil perfil que tem a atividade na sociedade e no contexto organizacional. Com exceção do Brasil e, a seguir da Argentina, os demais países ainda não conseguiram legitimar as relações públicas como uma atividade estratégica. Falta, também, apoio das entidades e associações de classe para atuar junto aos empresários. Tudo isso é reforçado pela ausência de produção intelectual científica que, sem desenvolver pesquisas e estudos não produzem conhecimento científico para apoiar a atividade de relações públicas.

Portanto, a atividade de relações públicas não é considerada um ativo estratégico pelos executivos, pois o que eles buscam é a eficácia midiática, acreditando que podem resolver suas crises ou relacionamentos com uma exposição em uma ou mais mídias.

## **Bibliografia:**

- ANDRADE, C. T. S. **Para entender Relações Públicas**. 4<sup>ed.</sup> São Paulo: Loyola, 1993.
- BECERRA, Nelly A. Pajuelo. **Perfil das Relações Públicas na América Latina**. São Paulo, 1983. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.
- CABRAL, Guilherme G. de A. **Mercosul: Primeiro Ensaio**. 4<sup>a</sup> edição, Brasília, Edicegraf, 2001.
- DÉLANO, Bárbara A. **Las relaciones Públicas en Chile – fundamentos prácticos y teóricos**. Santiago: Universitaria, 1990.

- \_\_\_\_\_. **Entrevista concedida a Maria Aparecida Ferrari**. Santiago, Chile, 20 abr. 2000.
- EYZAGUIRRE, Pablo C. **Manual de Relaciones Públicas**. Santiago: Los Andes, 1993.
- FERRARI, Maria Aparecida. **A influência dos valores organizacionais na determinação da prática e do papel dos profissionais de relações públicas**: estudo comparativo entre organizações do Brasil e do Chile. São Paulo, 2000. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – ECA-USP.
- \_\_\_\_\_. **Novos aportes das Relações Públicas para o século XXI**. **Revista Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, UMESP, Ano 24, no. 39, p. 54-65.
- FLANAGAN, Catalina S. **Magíster en Relaciones Públicas** – Universidad de Santiago de Chile. Madrid, 1992. Tese (Doutorado) - Universidad Complutense de Madrid.
- FRANÇA, Fábio. Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil. **Revista Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, UMESP, Ano 24, no. 39, p. 128-154.
- FRANÇA, Fábio; TONDATO, Marcia e FERRARI, M. A. Resultados preliminares de pesquisa sobre o estado da arte do ensino de relações públicas no Brasil. **Revista de Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. São Bernardo do Campo,, UMESP, Ano I, no. 2, Dezembro de 2003, p. 41-56.
- GARRETÓN, Manuel A. La transformación de la acción colectiva en America Latina. **Trampas de la Comunicación y Cultura**. UNLP, Buenos Aires, Año I, no. 10, Fevereiro 2003, pp. 12-27.
- GRUNIG, J. E., GRUNIG, L. S. , VERCIC, D. Are the IABC's excellence principles generic ? Comparing Slovenia and the United States, the United Kingdom and Canada. **Journal of Communication Management**, v.2, n.4, 1998.
- KUNSCH, Margarida M. K. Tendências da produção científica em relações públicas e comunicação organizacional no Brasil. **Revista Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, UMESP, Ano 24, no. 39, p. 94-125.
- \_\_\_\_\_. **Relações Públicas e modernidade**. São Paulo: Summus, 1997.
- HUNT, Jeff. Relaciones Peligrosas. **Revista America Economia**, Santiago, n. 97, p. 22-24, jul. 1995.
- LOPES, M. I. V. e MELO, J. M. (orgs.) Políticas Regionais de Comunicação: desafios do Mercosul. IN **Políticas Regionais de Comunicação**. Londrina, Intercom: Ed. Da UEL, 1997, p. 35 – 43.
- ORUÉ, Aníbal Pozzo. Investigación en Comunicación en Paraguay: de los inicios del periodismo a los estudios en Comunicación. Perspectivas Históricas. **Anuário UNESCO**. UMESP, São Bernardo do Campo, Ano II, no. 2, 1998, pp. 259-272.
- RUIZ-VELASCO, Laura. Relaciones peligrosas. **Revista America Economia**, Santiago, n. 97,p.22-24, jul. 1995.
- TEIXEIRA, João Evangelista. **Relações Públicas na UMESP: 30 anos de História**. São Bernardo do Campo, UMESP, 2002.
- VERCIC, D., GRUNIG, L. A. , GRUNIG, J. E. Global and Specific Principles of Public Relations: evidence from Slovenia. In: CULBERTSON, H. M. , CHEN, N. (eds.). **International public relations** : a comparative analysis. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.