



## RP em Revista: história e análise<sup>1</sup>

Leninne Freitas<sup>2</sup>

FAI – Faculdade de Administração e Informática (Docente)

### Resumo

Na busca de compreender a conjuntura de nascimento, formação e trajetória da profissão de relações públicas no Brasil analisa-se quantitativamente o primeiro periódico especializado aos profissionais das relações públicas, *RP em Revista*, que divulgou o estado das RPs, veiculando hipóteses, pesquisas, fontes, evidências, projetos, anseios e virtualidades, em uma época conturbada para a área, de definições, busca de identidade e posição social e profissional, fase que marcou definitivamente a história das relações públicas brasileiras.

**Palavras-chave:** Midiologia. Hemerografia. Revista. Relações Públicas. Brasil

### Introdução

A história das relações públicas é, a todo o momento, questionada por estudiosos e curiosos da área. Questionamentos que enfocam não só a trajetória da profissão no país, mas também o desenvolvimento de suas pesquisas. As relações públicas surgem no contexto brasileiro a partir de 1914. Mal tinham se firmado como profissão nos Estados Unidos, adotamos aqui seus métodos e suas técnicas, não nos preocupamos, desde o início, em interpretar, ou ainda, “reinterpretar” suas práticas e trazê-las para a nossa realidade. Aceitamos a profissão como “pronta”. Pouco se preocupou em discuti-la, em adaptá-la à realidade brasileira.

Apesar da “indefinição da definição”, várias tentativas foram feitas pelos pesquisadores brasileiros em conceituar as RPs. Para Ferrari (2000), esses diferentes propósitos para a conceituação “significa que a maioria dos profissionais e pesquisadores ainda não chegou a um consenso sobre qual é o papel real de Relações Públicas na sociedade moderna”. França (2003, p. 150-151) nos alerta que o caminho para a formação de um conceito único talvez esteja na pesquisa dos textos escritos pelos pioneiros da área.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Relações Públicas e Comunicação Organizacional

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, graduada em relações públicas pela mesma instituição. Docente da Faculdade de Administração e Informática/Santa Rita do Sapucaí/MG. Este artigo é parte da dissertação de mestrado apresentada na Universidade Metodista de São Paulo - São Bernardo do Campo- SP.



A formação do conceito de relações públicas no Brasil deve ser pesquisada a partir dos textos dos precursores da profissão. Embora não se possa determinar períodos sistematizados da formação desse conceito, alguns movimentos podem ser considerados como responsáveis por uma definição [...] nota-se a falta de um estudo sistematizado sobre a formação do conceito de relações públicas no Brasil. Existem relatos históricos que tratam do tema e bibliografia resultante de cursos, congressos e publicações que representam grande acervo a ser pesquisado” (FRANÇA, 2003, p.150-151).

É na busca do entendimento das tentativas iniciais em conceituar e discutir os rumos das relações públicas, que conhecemos o primeiro periódico direcionado aos profissionais da área, *RP em Revista*, que nasceu na década de 1970 com o propósito de disseminar os fundamentos das relações públicas, numa época em que é marcada pela euforia e controvérsias decorrentes de sua regulamentação, pela sua chegada à academia e, sobretudo, pelo esforço em se firmar como profissão e pela tentativa de conhecer sua empregabilidade. Nosso objetivo é analisar a trajetória e fazer um estudo taxionômico de *RP em Revista*, já que os periódicos de comunicação, segundo Romancini (15 jan. 2006) nasceram para produzir (ou divulgar) conhecimentos. O autor ressalta ainda que as revistas de comunicação expressavam o estado das Ciências Sociais, veiculando hipóteses, teses, resultados, explicações, fontes, evidências de toda a ordem, mas também dando vazão a projetos, anseios e virtualidades, fazendo a ligação entre o que se lia, o que se imitava do exterior e o que então de fato se produzia.

Para descobrir, classificar e quantificar as diversas variáveis, bem como encontrar as possíveis relações existentes entre os fenômenos causa e efeito, optamos por uma pesquisa de método quantitativo com a técnica de análise de conteúdo (que abrange menos o estilo do texto e mais as idéias expostas). As categorias do estudo foram assim classificadas: Matérias de capa; redatores e colaboradores do corpo editorial; fontes das informações veiculadas; congressos e eventos; gênero jornalístico; editorias; anúncios.

### **Conhecendo *RP em Revista***

A revista *Relações Públicas em Revista*, ou ainda chamada *RP em Revista* é lançada em abril de 1971, pela Editora RP em Revista Ltda. Órgão oficial da Associação Brasileira de Relações Públicas, a Editora é, na década de 1970, a única a editar no mercado brasileiro uma revista especializada em relações públicas.

A Editora nasce do idealismo de três sócios da ABRP/SP, Yvonildo de Souza, Sarah Campos e J.V. Ruy Barbosa, que desejavam em parceria com a ABRP, entidade de maior representatividade para as relações públicas na época, produzir uma revista especializada na



área – *RP em Revista* (sua única publicação). A história da editora está interligada à ABRP/SP, marcada pela energia e dedicação dos “homens de relações públicas” da década de 1970 e de muitos dos integrantes do “grupo de relações públicas” de 1950, que criaram a entidade e que, ao longo do tempo, exerceram papel fundamental para a compreensão e profissionalização das relações públicas no Brasil.

Antes de *RP em Revista*, existiu, no Rio de Janeiro, na década de 1960, mais precisamente de 1967 a 1968, a “Revista Brasileira de Relações Públicas”, editada na Guanabara, dirigida por Théó Drumond e Alberto Chaves de Barros, tendo como editor responsável Herber Moura. Apesar de ter existido antes de *RP em Revista*, nosso objeto de estudo é considerado o primeiro periódico *direcionado* aos profissionais de relações públicas, já que a Revista Brasileira mesclava as áreas de propaganda, jornalismo e relações públicas e tinha nos profissionais dessas áreas, seu público-alvo.

### **A identidade de *RP em Revista***

O nome *RP em Revista* é escolhido pela diretoria e associados da ABRP em um de seus “almoços de quarta” (RP EM REVISTA N.1). As relações públicas estão presentes em toda a publicação, implícita ou explicitamente. Isso porque, mesmo quando as notícias tratavam de assuntos, cujo foco principal não são as “relações públicas”, eram os homens e mulheres de relações públicas os responsáveis por escrevê-las, deixando claro, de alguma forma que as RP se fazem presente, seja a atividade, a profissão, o profissional ou as ações de relações públicas. Tudo tem o dedo errepeano, a escolha da capa, dos anunciantes, dos patrocinadores, a redação das notícias, todos aqueles que participam na confecção da publicação estão de alguma forma ligados à profissão.

Nomes que fizeram a história das relações públicas e da ABRP são também os que fizeram a história de *RP em Revista*. Os colaboradores são todos “homens de relações públicas”, não por formação, mas por “vocação”, como são chamados, por *RP em Revista*, os pioneiros das relações públicas. Dos editores responsáveis pela publicação, apenas três mulheres têm coluna em todos os números, Lea de Holanda, Ana Lucila Ramalho Campos e Sarah Campos. Talvez pelo papel ainda minoritário e preconceituoso da década de 1970, as três “mulheres de relações públicas” são responsáveis por matérias ligadas à “fococas leves” (RP EM REVISTA N.4) e ao papel da mulher na sociedade. Nenhuma notícia sobre as relações públicas é escrita por elas, apenas quando ligada aos eventos de relações públicas.



### **A imagem de *RP em Revista***

Com o formato de 20,8 por 28 centímetros, *RP em Revista* tem, no total 830.877,5 centímetros quadrados, ou seja, 1427 páginas, cerca de 25 por exemplar. *RP em Revista* tem 990 páginas de matérias, ou seja, 576.259,2 centímetros quadrados de espaço na publicação. As outras 437 são ocupadas por anúncios.

Todas as matérias da publicação são em preto em branco com exceção de algumas propagandas – geralmente localizadas na capa externa traseira –, e, vez ou outra, de algumas capas, principalmente a partir do terceiro ano da publicação. As fotografias não estão muito presentes em *RP em Revista*. Prioritariamente estão nas editorias ligadas aos eventos da ABRP – almoços de quartas, premiações etc. –, na editoria de Lea de Holanda que cobre os eventos sociais de São Paulo, especialmente os ligados às relações públicas e principalmente, nas propagandas. As existentes são em preto e branco, geralmente ilustram personalidades, predominantemente os “homens de relações públicas”, políticos e empresários patrocinadores, nem sempre com legenda, dificultando assim saber de quem se trata e por qual motivo se faz presente.

Apenas 5 colunistas têm editoria própria ou escrevem notícias de temas específicos. Cândido Teobaldo é responsável por notícias ligadas à legislação e glossário de termos de relações públicas; Lea de Holanda e Ana Lucila escrevem notícias referentes aos eventos sociais; Sarah Campos, aquelas ligadas às atividades da mulher no trabalho e em casa; Jorge Madauar, o mundo da propaganda e dos livros e Yvonildo Souza, notícias ligadas à educação. Algumas editorias fixas não são assinadas e várias notícias, reportagens, entrevistas etc, sem editoria, não apresentam o nome do redator. As transcrições de palestras, de anais de Congressos, muitas vezes trazem o nome do autor, mas em alguns casos nem isso.

Percebemos ainda essa inconstância e irregularidade também nas paginações, nem sempre estão presentes os números das páginas. A diagramação da publicação é outro problema. Em alguns casos sobra espaço sem ocupação, um dos casos acontece na Revista de número 5, p. 15, uma nota é dada em uma página inteira e nada mais. E, em outros, os espaços são ocupados de tal forma que dificulta a leitura, decorrente do tamanho da letra (muito pequena) e dos espaços entre linhas e palavras (muito apertados), um dos exemplos é a Revista número 3, p. 20 e 21.

O discurso é outra característica que impressiona. *RP em Revista* não segue uma linha editorial, com uma linguagem comum. Em algumas vezes parece que estamos lidando com várias revistas em uma só. Os artigos são bastante controversos, talvez por se tratar de uma



atividade relativamente nova e em fase de desenvolvimento. As interpretações são variadas, ora o profissional é um técnico, ora um especialista. Ora o ensino deve estar em comunicação, ora em administração. Ora relações públicas são uma técnica, ora uma profissão. Ora são publicados aspectos negativos de RP, ora suas potencialidades. As editorias mais parecem “diários pessoais”, com características individuais, do que uma revista especializada, sobre uma profissão regulamentada. Ainda que o tema central da revista seja a “X Conferência Interamericana de Relações Públicas de Caracas”, e as demais editorias tratem de assuntos relevantes para a atividade, uma editoria que aborda a profissão como foco central pode, perfeitamente, trazer o relato do colunista, em tom bastante pessoal, até dramático, sobre o pesar do falecimento de seu irmão (RP EM REVISTA N.10), ou ainda pode narrar, em detalhes, a viagem de férias do colunista (RP EM REVISTA N.26). Escreve-se em alguns momentos o que deseja, sem regras, sem pauta.

O final de 1971 e o início de 72, foram de muita agitação sentimental para nós. Estivemos fora de São Paulo, no Rio e em Natal, nossa Natal dos primeiros vagidos, das correrias dos quintais e praças, das brincadeiras puras e das primeiras letras. Em Natal ou Rio, para lá nos levaram os sentimentos de mãe, feliz com o casamento de mais um filho, e de irmã pesarosa e triste, testemunhando aquele mano querido, que nos deixou prematura e surpreendentemente, todo o nosso afeto e dor pela ausência insubstituível. Para compensar, de alguma forma, existe a Fé. Com ela construímos, dia a dia, o caminho certo. É por ele que vamos e iremos, porque nesse mesmo dia a dia vemos a prova da presença Dele. Vão-se uns, chegam outros. Quando uma porta se fecha, abre-se ao menos, uma janela. (RP EM REVISTA 10, p. 25)

Outro fato interessante diz respeito ao editorial. Normalmente são cartas do editor, ou se desculpendo por algum erro da edição anterior, ou ainda dizendo das expectativas do próximo número. Pouco tem das características de um editorial, que exprime a opinião do veículo de comunicação, referente aos assuntos discutidos na revista.

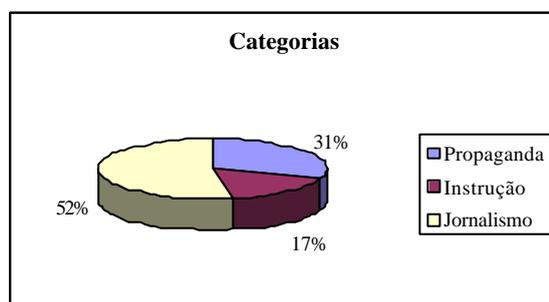
Foram publicados 54 edições, de 1971 a 1976. No total, 57 números, sendo que os números 23/24, 35/36, e 39/40 correspondem, cada, um único exemplar. De abril de 1971 a março de 1972, primeiro ano de *RP em Revista*, é publicado 12 números, um por mês. Já o ano seguinte (equivalente a abril de 1972 a março de 1973) são editados 11 números, já que os números 23 e 24 formam um único exemplar. O mesmo acontece no ano de 1973, são editados 11 números, sendo que o 35 e o 36 correspondem uma única edição. Os números de edições caem no ano seguinte (1974), oito no total, do 37 ao 45. Desses, apenas o 39 e o 40 correspondem a um único exemplar. Os números caem drasticamente em 1975, somam cinco no total, do 45 ao 50 e em 1976, último ano de publicação de *RP em Revista*, são editados sete números, pondo fim a esta que foi a primeira publicação dirigida aos profissionais de Relações

Públicas. A periodicidade da publicação não é definida, apenas o primeiro ano segue regras, uma edição por mês. Não se sabe, porém, o mês em que é editado cada número, esse dado não está presente nem na capa, nem no conteúdo da revista. Com a falta de periodicidade, não se podia saber quando o próximo número estaria à venda.

A partir do quarto ano de *RP em Revista* as matérias passam a se repetir, em alguns casos. Em outros, como acontece no exemplar número 39/40, são publicadas notícias antigas, de dois ou até três anos antes – o exemplar é de 1976 e a Ata de Reunião (notícia publicada) de 1974. Nos dois últimos anos de vida de *RP em Revista* as transcrições aumentam expressivamente.

### A personalidade de *RP em Revista*

Dividida em três categorias, Jornalismo, Instrução e Propaganda, *RP em Revista* apresenta certa irregularidade na ocupação do espaço pelas mensagens. O Jornalismo está presente na maioria dos espaços, 438.935,21 centímetros quadrados. A Propaganda ocupa espaço significativo, 254.618,3 centímetros quadrados de publicação. E por fim, a categoria Instrução, que ocupa 137.324 centímetros quadrados de revista.



Quando analisamos a categoria “Jornalismo”, percebemos que o informativo predomina, tanto em espaço ocupado, em centímetros quadrados, quanto em quantidade, número de vezes que aparecem. Em espaço ocupado, 85% contra 15% do opinativo, ou seja, o jornalismo informativo aparece 5,7 vezes mais que o jornalismo opinativo, cerca de 641 páginas contra 113 páginas. Em quantidade, 97% do informativo, contra 3% do opinativo. O formato que predomina em quantidade é a nota, 94% de 3399 formatos, no total 6, pertencentes aos gêneros informativo e opinativo (Notícia, Nota, Reportagem, Artigo, Crônica e Entrevista), ou seja, a nota aparece 3198 vezes em *RP em Revista* e ocupa 50% do espaço jornalístico.

No gênero “informativo”, três formatos estão presentes: notícia, reportagem e nota. As notas aparecem em maior quantidade, quase predominantemente (96%) seguida das notícias



(3%) e das reportagens (1%). Em espaços ocupados, as notas estão presentes em 60%, depois estão as matérias com 22% e por fim as reportagens, 18%.

O jornalismo opinativo, assim como o informativo, traz três formatos diferentes, artigo, crônica e entrevista. Em quantidade, predomina o formato crônica, com 62% do total, depois o artigo, 31% e então o formato entrevista, 7%. Em espaços ocupados, diferente da quantidade, prevalece o formato artigo, 79%, seguido do formato crônica, 19% e por fim o entrevista, com 2%.

Chamamos de Instrução notícias que são transcrições de palestras/congressos/seminários proferidos, Anais, capítulo de livro, Artigo de Lei, Ata de Reunião ou qualquer tipo de informação que é cópia de original, algo que não seja inédito e não é produzido para *RP em Revista*. As editorias “Congressos”, “Conferp”, “Fiarp”, Glossário de Termos” e Legislação” estão quase 100% presentes nessa categoria. No total, são 53 notícias: 7 transcrições de Lei, 3 de Atas de Reunião, 9 coberturas de eventos (não produzidos para a Revista) , sendo 2 palestras, 3 seminários e 4 Congressos, 21 transcrições de palestras proferidas, 4 Relatórios Anuais, 6 listas de expressões errepneas e 3 capítulos de livros.

Um velho ditado diz que: "A propaganda é a alma do negócio", para a editora de *RP em Revista* talvez ela não seja exatamente a alma, mas é um braço aparentemente importante, quase 1/3 do total da revista é destinado a este fim. Os 254.618,3 cm<sup>2</sup> de Propaganda e Publicidade estão distribuídos em 511 anúncios publicados durante a existência da revista. Desse total são 44 anúncios coloridos (todos na capa 4), 3 bi-color (também na capa 4) e 464 P&B (disponíveis na capa 2 e 3 e no corpo da publicação). Ou seja, todos os anúncios da capa 4 são coloridos ou bi-color, nenhum P&B. E os localizados no corpo da publicação são 100% em P&B.

Um total de 101 organizações anunciantes, entre públicas e privadas, que se apresentam em fotos, desenhos e textos distribuídos em 244 anúncios de caráter institucional e 267 de cunho mercadológico. Do total de centímetros, 50% é de responsabilidade de 16 organizações, sendo 03 públicas, as demais (85) repartem os outros 50%. A editora da revista não está entre essas, mas é a segunda no ranking de divulgação com 19.262,93 cm<sup>2</sup>. No topo dos anunciantes está a empresa Sanbra - Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro S/A com 21.548,8 seguida pela Vasp, Nestlé e Ligth.

Embora apresentando variação de um ano para o outro, a quantidade de cm<sup>2</sup> por edição mantém-se dentro de uma média de 10 pontos percentuais para mais ou para menos, com exceção dos anos III e VI que têm crescimento em torno de 30% em relação ao ano anterior. Considerando a quantidade, os anúncios têm variação de uma edição para a outra, a edição



39/40 com 17 anúncios totaliza 9.475,2 cm<sup>2</sup>, sendo a maior em espaço ocupado de todas as publicações, e a menor, com 5 anúncios em um total de 2.517,2 cm<sup>2</sup>, nas edições 10 e 11. No entanto, o maior número de anúncios em quantidade está presente na edição 18, 20 anúncios em 9.206,6 cm<sup>2</sup>.

Para além dos números ou de braços dados com eles, há relações interessantes entre *RP em Revista* e seus anunciantes. Prêmios da ABRP ou notícias elogiosas às organizações, seus executivos e “homens de rp”, vem imediatamente na edição anterior ou posterior à publicação do anúncio. A única grande assimetria entre anúncios e esse tipo de informações favoráveis, está o governo, que embora divulgando 40.071,20 cm<sup>2</sup> de anúncios nas revistas, o que corresponde a aproximadamente 16% do total, é enobrecido durante todo o período de existência desta.

### **Os números de *RP em Revista***

A tiragem do primeiro ano de *RP em Revista* é de 73 mil exemplares, cerca de 6 mil exemplares por edição, já que ao todo, foram publicados 12 números em um ano (de abril de 1972 a abril de 1973). Já os anos seguintes, 1972 e 1973, editaram 11 revistas e 77 mil exemplares em cada ano, sete mil exemplares por número. Em 1974, *RP em Revista* totaliza oito publicações e 65 mil exemplares, cerca de 8 mil exemplares por edição, contra cinco publicações e 50 mil exemplares em 1975. No último ano de vida, 1976, são editados sete números em um total de 70 mil exemplares, correspondendo a 10 mil exemplares por publicação.

Já em relação a valores, no primeiro ano o preço médio da revista para aquisição do exemplar avulso é Cr\$ 5,67 e no plano de assinatura Cr\$ 3,81, uma economia de aproximadamente 33% por exemplar. No ano seguinte estes valores correspondem a Cr\$ 6,00 e Cr\$ 5,19 respectivamente, o que significa uma economia de aproximadamente 13%. No 3º ano, novas modalidades surgem para aquisição da revista. Os números 25 e 26 têm preços de Cr\$ 6,00 por exemplar avulso e um desconto de 19% para a assinatura, saindo o exemplar a Cr\$ 4,83. A partir do número 27, novas formas são apresentadas para a aquisição da revista, o número atrasado custa Cr\$ 10,00 e são oferecidas assinaturas para 1, 2 e 3 anos, com valores de Cr\$ 100,00, Cr\$ 180,00 e Cr\$ 250,00. O fato curioso é que a partir daqui, considerando que até a última edição o exemplar avulso é oferecido a Cr\$ 6,00, assinar a revista, em qualquer das opções, significa pagar aproximadamente 39%, 25% e 16% a mais por cada exemplar.

Quem assina por um ano paga Cr\$ 8,33, por dois Cr\$ 7,50 e por três anos Cr\$ 6,94. Além deste embaraço, quem optou pela assinatura de 03 anos a partir do lançamento da



modalidade, ficou com crédito de revistas, porque daí até o derradeiro foram 29 exemplares, quem fez depois acumulou prejuízo maior. Já os assinantes de dois anos começaram a ter créditos a partir do primeiro número do ano quatro, edição 37, porque foram apenas mais 19 edições até o encerramento.

### **Notícias de RP em Revista**

A análise de todo o conteúdo dos 54 exemplares de *RP em Revista* (830.877,5 cm<sup>2</sup>) foi dividida em duas partes: os anúncios – distribuídos em 437 páginas – e as notícias (Categorias Jornalismo e Instrução) – espalhados em 990 páginas. Do total de matérias (576.259,2 cm<sup>2</sup>), 401.742 cm<sup>2</sup> são de editorias fixas, o que corresponde a 70%, cerca de 690 páginas. Os outros 30% (174.517,2 cm<sup>2</sup>), cerca de 300 páginas, dizem respeito aos noticiosos sem editoria. Estes são classificados em “Notícias de Relações Públicas” que são aquelas que tratam das relações públicas em específico, e “Outros”, que tratam dos mais variados assuntos. As editorias fixas totalizam 13. São elas: “A mulher no trabalho”, “ABRP, a minha, a sua, a nossa casa”, “Andanças”, “Conferp”, “Congressos”, “Economia”, “Educação”, “FIARP fala”, “Glossário de Termos”, “A Legislação de RP”, “Livros”, “O Negócio é o Seguinte” e “Quem é Quem”.

### **Colunas**

**Tabela 5: Editorias de RP em Revista**

	cm <sup>2</sup>	Páginas	%
<b>EDITORIAS FIXAS</b>	<b>401742</b>	<b>690</b>	<b>70</b>
A MULHER NO TRABALHO	27344,8	47	7
ABRP	59404,8	102	15
ANDANÇAS	77750,4	134	19
CONFERP	8747,2	15	2
CONGRESSOS	83232,8	143	21
ECONOMIA	5656	9	1
EDUCAÇÃO	2329,6	4	1
FIARP	39603,2	68	10
GLOSSÁRIO	3494,4	6	1
LEGISLAÇÃO	25542,4	44	6
LIVROS	25334,4	44	6
O NEG. É O SEG.	26790,4	46	7
QUEM É QUEM	16511,6	28	4
	<b>Cm<sup>2</sup></b>	<b>Páginas</b>	<b>%</b>
<b>SEM EDITORIA</b>	<b>174517,2</b>	<b>300</b>	<b>30</b>
OUTROS	119700	206	69
RP	54817,2	94	31

O assunto “relações públicas”, somando as editoriais fixas e as não fixas, está presente em 297.177,6 cm<sup>2</sup> do total de espaço de notícias (52%). Os outros 279.081,6 cm<sup>2</sup> (48%) são ocupados por outros assuntos que não as relações públicas.

### Capa e Matéria de Capa

Talvez por ter público certo, as capas de RP em revista são simples, não há assim por dizer “uma convocação para a leitura”. Até mesmo para a época, olhar a revista sem a ânsia de ver o que diziam os pioneiros ou com a satisfação da leitura, não dá vontade de abrir e observar. É certo que os recursos de outrora não podiam proporcionar os deslumbres de hoje diante da confusa e competitiva oferta. O colorido está presente em 25 edições, outras 16 são bi-cores e 13 P&B.

São 34 fotos e 20 desenhos, alguns inclusive, juntamente com o nome da revista e vez outra, uma única palavra além, seguram a capa. São exemplos disso as capas da nº 1, que traz a identificação da revista, um perfil desenhado de Milo Gambini e os dizeres “o repouso do guerreiro”. Assim seguem-se as edições. A nº 7, além da foto de uma “senhora acomodada em um sofá” tem, no campo inferior esquerdo, outras 3 letras: MAY, só quem é da área sabe tratar-se de May Nunes de Souza Rubião, assessora de relações públicas da indústria Metal Leve e a única mulher a estar numa capa de *RP em Revista*. A nº 12, tem apenas uma foto de um senhor de pé com as palavras “revolução” na parte superior e “educação” na parte inferior. Somente na página 20, onde está o currículo do “homem”, sabemos tratar-se do ministro Jarbas G. Passarinho. Parece que a revista quer transparecer que tudo que aparece na capa é uma extensão do que o mundo deve saber prontamente e sem embaraços. A edição nº 22 traz uma foto colorida e uma palavra “Nestlé”.

É necessário registrar ainda sob jugo da não observância, que em 03 edições as chamadas nada ou pouco tem a ver com as notícias. A revista nº 10 traz uma foto da av. Paulista, onde se vê a palavra “ford” no topo de um edifício e no canto inferior direito “tradição reencontra-se na avenida paulista”. Nas páginas 4 e 5, a elucidação da capa, uma reportagem sobre a chegada do Banco do Commercio e Indústria de São Paulo que se instala na avenida. Em outras duas edições a capa recebe um pequeno trecho interno de matéria. A edição nº 13, em P&B, tem desenhado os anos 1972 e logo abaixo 1822 e uma palavra “homenagem”, na página quatro o diretor traduz a capa em 144 cm<sup>2</sup>: “sesquicentenário da independência”. A nº 14, tem a foto do Sr. Paulo P. Schimidt e os dizeres: “Sanbra deu o 'o homem de RP de 1971”. Internamente apenas a menção ao prêmio e outras duas pequenas fotos.



Não menos curiosa são as capas de outras 05 edições que não recebem nenhuma linha escrita sobre elas, ou seja, não têm “matéria de capa”. A edição nº 16 sobre o 1º Congresso Brasileiro de RP, a nº 18, uma foto do presidente Médici sendo cumprimentado por alguém que não foi possível saber de quem se trata, a 27 sobre o II Congresso Brasileiro de RP. A revista nº 41 tem um desenho, como se alguém estivesse cantando para um público, sem nenhuma palavra, é uma busca pela cabeça da mula! E por fim, a nº 50, com data de abril de 1976, tem um número 21 estilizado e uma frase “A Inconfidência foi um êxito de comunicação: SALVE 21 DE ABRIL”, é só!

As chamadas “matérias de capa” de *RP em Revista* estão presentes de forma embaraçosa. Nem sempre estão presentes na forma de reportagem, entrevista, matéria, em vários casos são pequenas notas, algumas presentes nas editoriais fixas. Por não apresentar sumário indicando as notícias presentes e suas páginas, torna-se difícil encontra-las. Do total de revistas editadas, 54, 17 tem matéria de capa sobre relações públicas, ainda que superficialmente ou tratando apenas do currículo de um profissional. Outras 22 têm capa e matéria sem relação alguma com a atividade de RP. Compartilham assuntos de RP e outros alheios à atividade, 10 capas.

No entanto, apesar destes apontamentos, percebe-se que à medida que a revista caminha há uma melhora perceptível nas capas, quanto aos aspectos informativos, no último ano, apenas duas edições não são coloridas.

### ***RP em Revista* como “extensão” da AERP**

Quando *RP em Revista* é lançada, em abril de 1971, o Brasil enfrenta a ditadura militar e com ela a censura à imprensa, época de luta pela consolidação da profissão e pela tentativa de reconhecimento das relações públicas. A AERP continua nessa época a desempenhar suas atividades e é o principal órgão governamental de relações públicas e também incentivador do lançamento de uma revista da categoria (RP EM REVISTA N.2). Coincidência ou não, talvez seja pelo apoio da AERP à atividade ou ainda pelo ambiente criado pelas Forças Armadas, a verdade é que *RP em Revista* adotou o mesmo tom proferido pela AERP, produzindo matérias “maquiadas” com o aparente propósito de proteger o governo e encobrir todas as mazelas da sociedade, criando a imagem de “Brasil, país grande”.

A publicação lança diversas matérias, e em todas elas, enaltece, destaca e valoriza o governo, seus homens, suas obras e projetos. Não foi uma, mas muitas as vezes que dedicam mais de um notícia, reportagem ou entrevista por revista, com quatro ou cinco páginas, a



apreciar as obras governamentais, por exemplo a Transamazônica, que ocupa nove páginas em um número (Revista 18, p. 28-37). A matéria, sem assinatura assim fala da obra:

Atingir o coração do Brasil foi, há muito um sonho. Sonho que povoou a imaginação e o sono de muitos homens responsáveis pelos destinos de nosso país [...] os tempos mudam e, replicando a filosófica e vencida expressão que afirmava a imutabilidade do homem ou de sua mentalidade, os homens mudaram. Os projetos foram transformados em programas de trabalho, pulando num ápice da prancheta para a execução [...] eis a Transamazônica, a obra do século. (Trecho da reportagem de RP EM REVISTA 18)

O Ministro Hygino Caetano Corsetti, das Comunicações e seu “vislumbrante trabalho” (RP EM REVISTA 8, p. 23-24) mereceu três páginas em *RP em Revista*. O Ministério da Agricultura é capa da Revista 43, que traz a seguinte manchete: “Eu vou fazer a agricultura do tamanho do Brasil”, sem matéria de capa, mas com uma matéria do então Ministro da Agricultura, Paulinelli. Ainda sobre o Ministério da Agricultura, *RP em Revista* número 44 traz cinco páginas sobre as prioridades e promessas já cumpridas, convidando o público da revista a conhecer o Ministério. “Sua ação à frente do ministério se faz notar pelo equilíbrio das medidas e objetividade dos planos de desenvolvimento da nossa agricultura. Tem muito miolo fresco para gastar, e certamente o gastará”. (RP EM REVISTA 43, p. 7)

O lançamento da revista é marcado por duas notícias relacionadas ao Governo. Antonio Delfin Neto, então Ministro da Fazenda, estréia a editoria “Quem é quem” (que traz o perfil de profissionais de destaque, principalmente os da área de relações públicas) e o Coronel Otávio Costa, chefe da Assessoria de Relações Públicas da Presidência da República. Sobre o chefe da AERP, *RP em Revista* assim discursa:

De Delfin Neto discursa:

Há os que pensam que para ser “Quem é Quem” as condições são óbvias, e até ululantes. Pois saibam que nós também pensamos assim. No entanto, o óbvio ululante, apesar de óbvio ululante, é coisa rara. Assim também é Delfin Neto. É óbvia a sua personalidade, é óbvio o seu talento [...] O crescimento do país, ordenado e irreversível, se apóia no planejamento econômico, sem o qual não estaríamos aqui sequer a discutir as conseqüências, o povo deve muito a Delfin. (RP EM REVISTA 1, p. 27)

## Conclusão

Antes de *RP em Revista*, existiu, no Rio de Janeiro, na década de 1960, mais precisamente em 1967, a “Revista Brasileira de Relações Públicas”, editada na Guanabara, dirigida por Théó Drumond e Alberto Chaves de Barros, tendo como editor responsável Herber Moura. O conselho editorial era composto por: Ney Peixoto do Valle, Evaldo Simas Pereira,



Walter Ramos Poyares e Roberto Doring. Em novembro de 1968 a publicação apresenta em seu editorial, seu encerramento. Entretanto, apesar de ter existido antes de *RP em Revista* a “Revista Brasileira de Relações Públicas”, nosso objeto de estudo é considerado o primeiro periódico *direcionado* aos profissionais de relações públicas, já que a Revista Brasileira mesclava as áreas de propaganda, jornalismo e relações públicas e tinha nos profissionais dessas áreas, seu público-alvo.

*RP em Revista* divulgou pesquisas e artigos de relações públicas, falou das personalidades da área, discutiu conceitos, compartilhou idéias, comunicou. Procurou ser a ponte entre profissionais, acadêmicos e entidades de classe. Deu cobertura às reuniões dialogais promovidas pelas entidades de classe: ABRP, FIARP (Federação Interamericana de Relações Públicas), Conselho Federal de Relações Públicas, Conselho Regional de Relações Públicas, International Public Relations Association – IPRA. Por vezes assume o papel de “Anais de Congressos”, registra a legislação profissional, grava a bibliografia e autores da época e acompanha o crescimento da atividade. Em 1976, fecha-se sua porta. Deixa de ser uma publicação dirigida e passa a se tornar, com as mesmas características da “Revista Brasileira de Relações Públicas”, uma revista de Comunicação. Os motivos nos parece óbvios, o conselho editorial deixa de ser 100% de “homens de relações públicas”, ou seja, profissionais de outras áreas passam a fazer parte de seu corpo editorial, as notícias de RP passam a ser escassas e aumentam aquelas que priorizam o marketing e a propaganda. Nos últimos 10 números, apenas 4 notícias são relacionadas às relações Públicas. Andanças passa a dar mais ênfase a outros eventos sociais que não os de relações públicas, as editoriais ligadas às entidades de classe, passam a ser mais escassas. As relações públicas deixam de ser o foco, passa a ser um adicional. Morre *RP em Revista*, nasce *Relações Públicas, Marketing e Propaganda*, que deixa de existir em dezembro de 1978.

Apesar de todos os problemas de linguagem, tiragem, discurso, diagramação, das matérias “pagas”, entre outros acima citados, devemos reconhecer que *RP em Revista* foi importante no seu tempo, se fez presente em um período em que a tecnologia não fornecia os aparatos de hoje. Foram seis anos de atividades, ininterruptas, de esforços e dedicação no sentido de dar ao Brasil uma publicação especializada. Em 1976 *RP em Revista* foi classificada como a terceira revista de Relações Públicas do Mundo.

## **Referências:**

*Fontes primárias:*  
RP EM REVISTA



RELAÇÕES PÚBLICAS, MARKETING E PROPAGANDA  
REVISTA BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

*Fontes secundárias:*

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6029:2002. Rio de Janeiro, ABNT, 2002.

ANDRADE, C. Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. 4ª ed. São Paulo: Loyola, 1993.

ANDRADE, C. Teobaldo de Souza. **Panorama histórico de relações públicas**. 2ed. São Paulo: Com-Art, 1973.

FARIAS, Luis Alberto de. **A literatura de relações públicas**. São Paulo: Summus, 2004.

FERRARI, Maria Aparecida. **A influência dos valores organizacionais na determinação da prática e do papel dos profissionais de relações públicas**: estudo comparado entre organizações do Brasil e do Chile. São Paulo, 2000. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

FRANÇA, Fábio. ABRP 1954-2004: o passado abre o caminho para o futuro. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**: revista da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas. São Bernardo do Campo: UESP, ano 1, n. 1, p. 96-102, 2004a.

FRANÇA, Fábio. Subsídios para o estudo do conceito de relações pública no Brasil. **Comunicação e Sociedade**: revista do Programa de Pós-Graduação e, Comunicação Social. São Bernardo do Campo: UESP, ano 24, n. 39, p. 127-154, 2003

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Tendências da produção científica em relações públicas e comunicação organizacional no Brasil. **Comunicação e Sociedade**: revista do Programa de Pós-Graduação e, Comunicação Social. São Bernardo do Campo: UESP, ano 24, n. 39, p. 93-125, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Modernidade**. Novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997b.

KUNSCH, Waldemar. De Lee a Bernays, de Lobo a Andrade. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. Revista da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas. São Bernardo do Campo: Umesp, jul. 2006.

MARQUES DE MELO, José (org.). **Periódicos brasileiros de comunicação das décadas de 60 e 70**. São Paulo: [s.n.], 1992.

MARQUES DE MELO, José. **Para uma leitura crítica da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1985.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação, opinião, desenvolvimento**. Petrópolis: Vozes, 1971.

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

ROMANCINI, Richard. **Periódicos brasileiros de comunicação**. Disponível em:  
<<http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=3&s=9&a=30>> Acesso em: 15 jan. 2006.

SCHULTEN, Helga. **Relações Públicas nos Estados Unidos e no Brasil: contrastes e confrontos**. São Bernardo do Campo, Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, 1982.



TEIXEIRA, João Evangelista. **Relações Públicas na UMESP: trinta anos de história.** São Bernardo do Campo: UMESP, 2002.

THOMAZI, Maria Stella. **O ensino e a pesquisa em Relações Públicas no Brasil.** São Paulo, 1991. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

TORRES, Mirtes Vitoriano. **Gênese do pensamento brasileiro nas relações públicas.** São Bernardo do Campo, 2005. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo.

TORRES, Mirtes Vitoriano. **Pioneirismo das Relações Públicas.** São Bernardo do Campo, 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo.