"Rapazes e moças, boa aparência, 2º grau completo (...) contratam-se para trabalhar como relações públicas..." – um estudo sobre os anúncios de recrutamento de profissionais de Relações Públicas. [1]

André Vicente Pereira ALVES[2]
Célia Maria da Silva CARVALHO[3]
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

Este trabalho teve como foco fazer uma análise comparativa dos anúncios publicados no Jornal A Crítica nas décadas de 1990 e 2000 para verificar a evolução da profissão durante este período de tempo. Como delimitação, foram analisadas as edições das referidas décadas, detendo a atenção nos anúncios de recrutamento de Relações Públicas. Para dar base ao trabalho, fez-se necessária a realização de uma pesquisa bibliográfica e documental do histórico das Relações Públicas, analisando o contexto e a legislação profissional. O trabalho ainda apresenta um breve retrospecto histórico da propaganda tendo um enfoque voltado para o jornal impresso no Brasil. Ao longo das duas décadas analisadas foi possível perceber que a profissão vem sendo mais conhecida e reconhecida pelo mercado, constatação feita pelo aumento de anúncios, a partir de 2000 principalmente, que atendem à regulamentação da área.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas; retrospecto histórico; legislação profissional; anúncios.

INTRODUÇÃO

Nascida sob a égide do capitalismo, no início do século XX, nos Estados Unidos da América, quando os grandes capitalistas da época, denunciados pela mídia por práticas abusivas contra seus empregados, viram no jornalista Ivy Lee formas de melhorar a sua imagem e ganhar o respeito da opinião pública por meio da divulgação de informações "verídicas" sobre as ações e atitudes de suas companhias.

A profissão de Relações Públicas vem ao longo dos anos buscando meios de se afirmar como uma profissão reconhecida e necessária para a sociedade. No Brasil, sua história começa em 1914, com a instituição de um departamento de Relações Públicas pela empresa canadense de eletricidade *The São Paulo Tramway Light and Power Company Limited*, mas somente em 1954 foi fundada a Associação Brasileira de Relações Públicas.

---

[1] Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.
[2] Graduado em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal do Amazonas, e-mail: andrevpalves@hotmail.com.
[3] Orientadora do trabalho e docente do curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas, e-mail: ccarvalho@ufam.edu.br

As Relações Públicas "têm um importante papel a exercer, que é o de administrar estrategicamente a comunicação das organizações, capitalizando a sinergia das áreas afins" (SIMÕES, 2003, p.14). A realidade é que as RP ainda não possuem um conceito definido, o que gera distorções e deformações acerca do que realmente é a atividade. Andrade (2009, p. 4) explicita que "as Relações Publicas, não só no Brasil, mas em outros países, continuam desconhecidas na sua exata acepção, permitindo assim que as mistificações campeiem desenfreadamente". Por essa falta de identidade na profissão, acadêmicos e profissionais deparam-se diariamente com anúncios de jornais que descaracterizam a profissão.

Com base no que afirmam os autores, pode-se inferir que o profissional de Relações Públicas não é um simples tarefeiro. Ele não trabalha apenas com a parte técnica, no sentido de elaborar jornais-murais, *house organs*, pesquisas, entre outras atribuições de nível técnico. Mas, sim, por meio de ações estrategicamente planejadas e coordenadas por meio de instrumentos de comunicação que viabilizem realizar a gestão do relacionamento entre uma organização e seus públicos. A essência do profissional de Relações Públicas é ser um administrador no contexto organizacional, e, para isto, ele precisa estar munido de conhecimentos teóricos e práticos que o habilite no exercício da profissão, qualificando-o para desempenhar sua função de forma correta e pertinente com o que rege a regulamentação da profissão.

Do ponto de vista social, analisar a transformação dos anúncios de jornais, no que se refere à deturpação da área de Relações Públicas, é analisar, também, a transformação da visão que o mercado tem dessa área, verificando o tipo de aceitação do profissional na atualidade.

RELAÇÕES PÚBLICAS – CONTEXTO HISTÓRICO

A Guerra de Secessão e a chegada de grande quantidade de imigrantes contribuíram para a industrialização dos Estados Unidos e pôs em lados opostos empregados e empregadores. Com a organização dos empregados em movimentos sindicais – influenciados, principalmente, pela ideologia comunista – a sociedade civil adquiriu criticidade diante dos fatos. Segundo Pinho (*in* MOURA, p. 40, 2008).

> A sociedade civil fortalece-se, organiza-se e os grupos sociais, frutos desse amadurecimento político, começam a fazer valer sua cidadania; cobram do governo seus direitos; denunciam, através da mídia, os desmandos e as práticas

> corruptas das quais o governo e iniciativa privada articulavam em conjunto. A opinião pública se fortalece apoiada nos meios de comunicação de massa.

As organizações daquela época começavam a perceber que deveriam buscar legitimação perante as associações de classe, daí se estendendo à sociedade em geral. Neste momento, então, é percebido o poder da opinião pública.

Simões (1995, p. 51) assevera que "[ao que] tudo indica seu [das Relações Públicas] princípio e fundamento localizam-se na relação de poder entre as organizações e seus públicos, assim como na possibilidade iminente do conflito entre ambos". Pode-se inferir que as Relações Públicas também envolvem constante negociação e capacidade para prever e administrar conflitos, no caso, a crise de opinião pública.

A frase dita por William H. Vanderbilt, filho do empresário Comodoro Cornelius Vanderbilt, a um jornalista em Chicago, no ano de 1882, sobre o interesse público acerca de uma nova linha de trem expresso é um dos marcos da história das Relações Públicas. A declaração de Vanderbilt foi "*The public be dammed*" (O público que se dane) (idem, p. 30). Depois do acontecido, Vanderbilt deu declarações ao jornal *New York Times* para desmentir o que havia dito anteriormente.

Neste contexto, é interessante saber que a expressão Relações Públicas, no sentido próximo ao que é dado hoje, foi usada pela primeira vez em 1897 pela Associação das Estradas de Ferro dos Estados Unidos no "*Year Book of Railway Literature*".

Seguindo a trajetória, no ano de 1906 foi criado o primeiro escritório de Relações Públicas do mundo, fundado pelo jornalista Ivy Lee tido, também, como fundador das Relações Públicas.

RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL

Pode-se considerar o ano de 1914 como o ano de estreia das Relações Públicas no Brasil, pois em 30 de janeiro de 1914 é criado o primeiro Departamento de Relações Públicas na *The San Paulo Tramway Light and Power Company Limited*, atual Eletropaulo. Eduardo Pinheiro Lobo, considerado o "Pai das Relações Públicas no Brasil", foi o primeiro chefe do recente Departamento de Relações Públicas. Na data de seu nascimento, 2 de dezembro, é comemorado o Dia Nacional das Relações Públicas.

Em 1954, já se ensaiava a fundação de uma associação de Relações Públicas por parte de profissionais da cidade de São Paulo, que se reuniram na sede do Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT). "Após vários encontros, no dia 21 de julho de

1957, no auditório do IDORT, foi discutido e aprovado o Estatuto da Associação Brasileira de Relações Públicas, bem como eleitos os diretores e conselheiros da ABRP" (ANDRADE, 1983, p.73).

No ano de 1965 inicia-se um trabalho de Ney Peixoto do Valle, Presidente do Conselho Nacional da Associação Brasileira de Relações Públicas, e de Domingos Araújo da Cunha Gonçalves, Presidente da Seção Distrito Federal e de outros colabores para conseguir a regulamentação da profissão de Relações Públicas no país. Como visto, a profissão já possuía uma Associação Brasileira de Profissionais de RP, sendo que o seu desempenho carecia, ainda, de amparo legal. Sendo assim, em 11 de dezembro de 1967 a Lei de número 5.377 é publicada em Diário Oficial, o que regulamenta o exercício da profissão no país.

Em 1968, pode-se destacar o acontecimento do Congresso Mundial de Relações Públicas no Rio de Janeiro. O evento foi considerado um dos grandes marcos na história da profissão no Brasil, pois contou com a participação de profissionais do mundo inteiro e serviu para que a recente profissão fosse esclarecida e determinasse uma evolução no pensamento e modo de produção das organizações. A década de 1970 foi marcada pelo aparecimento de inúmeros cursos de Relações Públicas. Mas, esse fenômeno de instituição de vários cursos da área no Brasil, trouxe consigo uma baixa na qualidade do ensino.

Na década de 80, com a redemocratização do país, os governos e empresas ficaram mais expostos às pressões populares, como assevera Pinho (1990, p. 57),

> somente numa sociedade democrática, onde a opinião pública assume papel preponderante no processo político, haverá a devida importância à atividade profissional das Relações Públicas. Necessariamente, numa democracia, há que se estabelecer o diálogo, o consenso, a ausculta aos diversos grupos e movimentos sociais.

Neste processo, a participação e verificação das ações das empresas por parte dos movimentos populares foi gradativamente maior. Porém, as empresas, em sua maioria, verificavam a importância da mediação de diálogo com o público, mas não reconheciam ou conheciam as atividades de Relações Públicas. Esta condição deixada às Relações Públicas é fruto da precoce promulgação da Lei nº 5.377, a qual regulamenta o exercício da profissão no país.

A partir da década de 1990, os movimentos ativistas e as Organizações não-governamentais começaram a despontar na sociedade civil. Com maiores cobranças quanto a suas ações, as organizações tiveram que estabelecer diálogo com estes grupos.

Foi também na década de 1990, mais precisamente em 1992, que ocorreu a Cúpula da Terra, chamada de ECO-92, sediada na cidade do Rio de Janeiro. Este evento visava discutir e apontar novas perspectivas e modos de uso dos recursos naturais disponíveis no mundo. A partir deste evento, os assuntos responsabilidade social e sustentabilidade ganharam maior visibilidade e remodelaram o pensamento e as ações das organizações. Para tanto, institutos, fundações e ONGs foram criadas para preservar, informar, discutir e cobrar das organizações e dos governos uma atitude quanto ao que acontece com o meio ambiente. Foram propostos novos estilos de vida; organizações passaram a um discurso mais voltado para o "verde"; denominações foram criadas como mercado verde, produto verde, entre outras; a tecnologia passou a ser, em parte, direcionada a desenvolver bens de consumo e serviços que não agredissem o meio ambiente.

Com a chegada dos anos 2000, os conceitos de responsabilidade social e sustentabilidade continuam tendo visibilidade, porém, os públicos passaram a ser mais participativos.

Hoje, existem mais de 70 cursos de Relações Públicas espalhados pelo Brasil, sendo a maioria concentrada nas regiões Sul e Sudeste. De acordo com Kunsch (2009, p. 5)

> As relações públicas entram no segundo século de sua existência oficial bastante amadurecidas e carregadas de perspectivas realmente promissoras, como ciência e como técnica (...). A profissão tem amparo legal e possui órgãos de classe, sindicatos de profissionais, associações que congregam hoje cerca de mil assessorias em todo o território nacional, cursos universitários de graduação e de pós-graduação *lato sensu e stricto sensu*, produção de pesquisas, publicações técnicas e científicas. A área como um todo desenvolve um trabalho sério e está em franco crescimento na pesquisa e produção de conhecimento teórico e aplicado; na reprodução desse conhecimento mediante o ensino; e na aplicação das práticas no vínculo com o mercado profissional.

É possível que o grande entrave da institucionalização da prática de Relações Públicas no Amazonas, seja devido à ausência de um conselho regional que tenha o poder de fiscalizar as organizações e autuá-las caso incorram no erro de contratar profissionais de outras áreas para exercerem atividades privativas do profissional dessa área da Comunicação.

LEGISLAÇÃO PROFISSIONAL

Pode-se dizer que as Relações Públicas no Brasil tiveram um desenvolvimento lento e gradual, já que seu primeiro departamento foi criado em 1914, mas só foram ganhar maior visibilidade a partir de 1950, no governo Getúlio Vargas, que impulsionou a industrialização no país. Nesses quase 40 anos de atividades de Relações Públicas, ainda não havia um órgão que respondesse legalmente pela atividade, profissão e profissionais da área. Sendo fundada em julho de 1954, a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) designou o que são as Relações Públicas:

> O esforço deliberado, planificado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre a organização e todos os grupos aos quais está ligada direta ou indiretamente.

Ainda que existisse a ABRP, a profissão não era legalizada e não existia o ensino de Relações Públicas no país, sendo assim, não havia o reconhecimento legal e nem por parte da sociedade. De forma precipitada, em 11 de dezembro de 1967 foi sancionada a Lei nº 5.377 que disciplina a profissão de Relações Públicas fazendo menção ao que o profissional de RP necessita para assim ser designado; às atividades específicas de Relações Públicas; ao registro e fiscalização do exercício profissional. Precipitada porque "as atividades de Relações Públicas ainda não tinham se consolidado na prática" (KUNSCH, 1997, p. 100). Com esta lei, o Brasil tornou-se o primeiro país no mundo a regulamentar a profissão de Relações Públicas.

Para Andrade (1983, p. 167), o profissional de Relações Públicas necessita da formação universitária e de certas qualidades como:

> 1) conhecimento da natureza humana (ele não pode falhar no julgamento das pessoas); 2) habilidade administrativa (para conseguir respeito e cooperação, ele precisa conhecer os problemas da administração); 3) pensamento criador (produzir idéias novas e saber aproveitar as sugestões); 4) entusiasmo e idealismo (sincero e comunicante); 5) estabilidade emocional (personalidade e comportamento firmes); 6) independência (não ser servil, sem ser arrogante); 7) honestidade (completa e habitual); 8) franqueza e realismo (ele é crítico; "farol" e fantasia não cabem em Relações Públicas); 9) habilidade de ensinar (ele sempre tem necessidade de instruir e treinar); 10) experiência e boa cultura (indispensável em qualquer função de direção ou de assessoramento).

Mesmo sendo pioneiro ao regulamentar a profissão de Relações Públicas, o Brasil teve o seu primeiro curso superior de Relações Públicas instituído no mesmo ano de

criação da lei, 1967, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. O que revela uma controvérsia estabelecida pelo texto da lei e a realidade vivida no país.

A lei de nº 63.283, de 26 de setembro de 1968, vem a aprovar o regulamento de Relações Públicas de que trata a Lei nº 5.377. Assim sendo, as Relações Públicas, definitivamente, passam a ter um respaldo legal sendo passíveis de punição aqueles que não se encontrarem em condições de exercer a profissão e assim ocorra.

Em 24 de agosto de 2002 o Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, por meio da Resolução Normativa nº 43, esclarece e define de forma mais detalhada o que diz a Lei nº 5.377 quando define as funções e atividades específicas do profissional de Relações Públicas, conceitua os tipos de organização, e os tipos de comunicação com que trabalha, são elas: Comunicação Institucional, Corporativa, Organizacional e Pública ou Cívica.

O profissional de Relações Públicas deve ainda seguir o Código de Ética da profissão, que estipula, entre outros capítulos e artigos, que o "Profissional de Relações Públicas baseia seu trabalho no respeito aos princípios da Declaração Universal dos Direitos do Homem" e que "o Profissional de Relações Públicas, em seu trabalho, procurará sempre promover o bem-estar da pessoa humana e da comunidade em que vive". O Código em questão relata os deveres dos profissionais da área, como deve ser o relacionamento com os pares de profissão, empregadores, clientes, Justiça, entidades de classe e estabelece o direito de sigilo profissional e sobre as relações políticas e o Lobby.

A Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, o Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968, e a Resolução Normativa nº 43, de 24 de agosto de 2002, todas de âmbito federal, compõem a legislação que regulamenta a profissão de Relações Públicas e seu exercício.

De acordo com a legislação, o exercício dos cargos e das atividades específicas de Relações Públicas é privativo dos profissionais de RP, devidamente registrados nos Conselhos Regionais de Relações Públicas (CONRERP). Prevê, igualmente, a obrigatoriedade de registro nos CONRERP's para as empresas, entidades, escritórios, entre outras pessoas jurídicas, que se dedicam a atividades de Relações Públicas. Conseqüentemente, o exercício desses cargos e atividades por pessoas ou entidades não registradas é ilegal e passível de sanções penais.

A lei define como atividades específicas de Relações Públicas a informação de caráter institucional entre a entidade e o público através dos meios de comunicação; a

coordenação e planejamento de pesquisas da opinião pública para fins institucionais; o planejamento e supervisão da utilização de meios audiovisuais para fins institucionais; o planejamento e execução de campanhas de opinião pública; a orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de Relações Públicas; a promoção de maior integração da instituição na comunidade; a informação e orientação da opinião pública sobre os objetivos elevados de uma instituição; o assessoramento na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública; a consultoria externa de Relações Públicas junto a dirigentes de instituições, e o ensino de disciplinas específicas ou de técnicas de Relações Públicas.

Pela polissemia apresentada pelo termo Relações Públicas, o qual, como visto, pode designar uma série de significados, dependendo do termo anteposto ao nome, as leis e conceituações propostas e declaradas por associações e conselhos da área vêm a exercer não só um papel baseado em leis, mas, sim, para que os profissionais da área, estendendo-se não somente ao campo profissional, e, sobretudo, a sociedade entendam e percebam o que são e o que fazem um profissional de Relações Públicas e entendam o porquê da existência de um estudo específico e direcionado chegando às práticas profissionais (SIMÕES, 1995). Os diversos significados do termo Relações Públicas implicam em falar de: processo, função, atividade, profissional, cargo, profissão. Segundo Ferrari (2009, p. 159), as Relações Públicas, atualmente, podem ser encaradas

> como campo de atuação profissional, trata-se de uma atividade de prestação de serviços, na linha das estratégias organizacionais, que exige alto grau de responsabilidade de quem as pratica, uma boa bagagem de conhecimentos teóricos e um amplo conjunto de competências e habilidades especiais.

O que acontece, e foi constatado neste trabalho, é que por não se entender muito bem o conceito de Relações Públicas e, por isso, dá margem a várias interpretações, o nome Relações Públicas é usado indiscriminadamente para designar cargos e funções que não condizem com o estudo da área. Desta maneira, o trabalho dos conselhos e associações da classe torna-se mais difícil, visto que, não tendo um conceito definitivo, não se tem uma base sólida para fazer com que a lei seja aplicada. Antes da lei, já existe o senso comum que deveria ser modificado com a visibilidade desta e das ações dos profissionais e das entidades de classe.

A PESQUISA

Para a realização do trabalho foi realizada análise das edições do jornal A Crítica de 1990 a 2009 (duas décadas), na Biblioteca Pública do Estado, fazendo uma seleção dos anúncios que melhor retratam o recrutamento da profissão de Relações Públicas e sua evolução no mercado local. No entanto, foram lidas as edições até 31 de janeiro de 2007, pois o restante do acervo estava defasado, passando por etapas de catalogação e as edições do ano de 2009 ainda não haviam sido doadas ao órgão do governo responsável, o que impossibilitou a leitura do restante da pesquisa requerida. Porém, não houve prejuízo algum quanto ao cumprimento dos objetivos deste trabalho e o desencadeamento da análise comparativa.

Foi necessária a reprodução dos anúncios que, inicialmente, deveria ser feita por fotografia digital, porém, não foi permitido, sendo os anúncios transcritos manualmente e postos na planilha de análise em seguida. Apesar de a ideia inicial ser fazer uma seleção dos anúncios, foram transcritos e analisados todos os anúncios encontrados.

Para a classificação dos anúncios, em relação à compatibilidade com a legislação que regulamenta a profissão e com a formação acadêmica do profissional, foi elaborada uma planilha onde constam ano de publicação do anúncio, cargo/função do recrutado, exigência de qualificação do recrutado, área de atuação da empresa recrutante, enquadramento com a regulamentação da profissão, informações adicionais, pelo qual pode-se avaliar a evolução do perfil exigido pelo mercado, assim como o entendimento da atividade do profissional pelo empresariado.

RESULTADOS DA PESQUISA

Além da planilha de análise, para melhor visualização dos resultados, foram elaborados 7 gráficos intitulados: Ramo de atuação das empresas (gráfico pizza); Quantidade de nomenclaturas acumuladas para cargo e função (gráfico coluna); Quantidade de nomenclaturas para cargo e função - por ano (gráfico coluna); Enquadramento na legislação (gráfico coluna); Tendência (gráfico linha); Declínio do uso indiscriminado do termo RP para cargo e função (gráfico coluna); Exigência do diploma (gráfico coluna).

A grande maioria dos anúncios encontrados não exige a qualificação mínima necessária – curso superior – e por isso não se encontra de acordo com a legislação profissional de Relações Públicas. Por ser um termo polissêmico, é provável que o cargo de Relações Públicas posto no anúncio tenha o objetivo de atribuir maior relevância à função a ser desempenhada. Este fato pode ser constatado em anúncios que equiparam as atividades

de emissor de passagens aéreas a Relações Públicas. Ou quando são chamados para trabalhar como vendedores sendo designados profissionais de Relações Públicas.

Também é possível verificar que as organizações de grande porte, em geral, conhecem as atividades e as atribuições de Relações Públicas e exprimem isso em seus anúncios quando pedem qualificação na área. Serve de exemplo o anúncio extraído no dia 11 de janeiro de 1990, conforme a planilha:

> Concentrado do Amazonas Ltda. – empresa subsidiária da Coca-Cola Indústrias Ltda., está recrutando para admissão imediata: Gerente de Relações com a Comunidade. . Formação Superior completa em Comunicação, com especialização em Relações Públicas ou afins; Exp. mínima de 5 anos na área de atividades públicas, em cargo de chefia em empresas de grande porte. Inglês Fluente. (grifo do jornal)

Ao término das quase 7.300 edições lidas do Jornal A Crítica, pode-se fazer uma análise primária da pesquisa mostrando os números:

- entre 1 de janeiro de 1990 a 31 de janeiro de 2007 foram encontrados 240 anúncios de recrutamento em que profissionais de Relações Públicas poderiam ser empregados;

- 88 (31%) anúncios estavam em conformidade com a legislação;

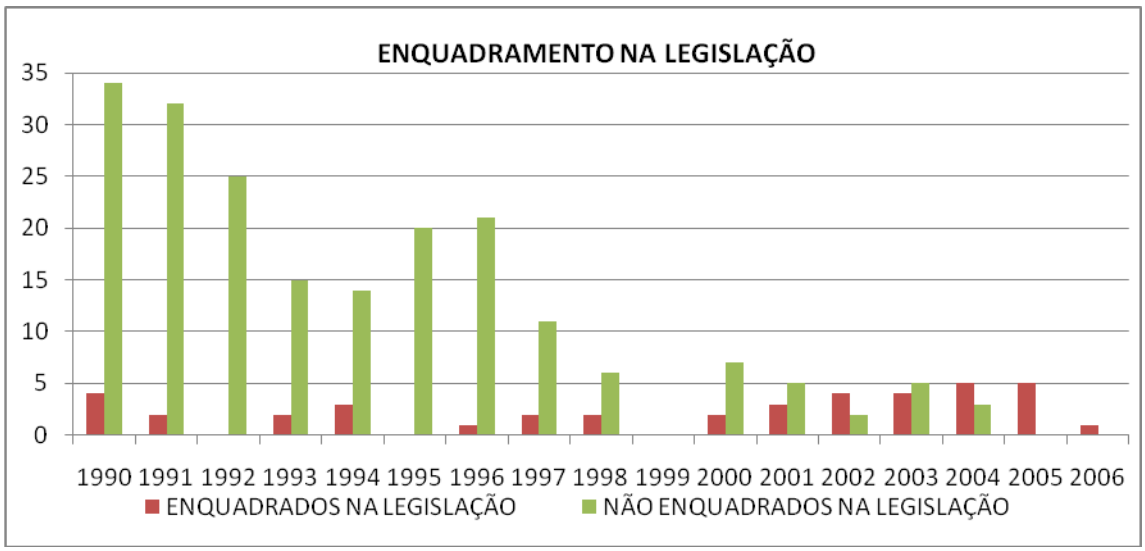
- na década de 1990 foram encontrados e analisados 173 (72%) anúncios, dos quais apenas 33 (22%) estão de acordo com a legislação da profissão de Relações Públicas;

- na segunda década pesquisada foram encontrados e analisados 67 (28%) anúncios, dos quais 45 (74%) se encontram em conformidade com a legislação vigente;

Constata-se, então, que embora o número de anúncios dos anos 2000 tenha sido significativamente reduzido em números absolutos, em quantidade de anúncios conforme a legislação de Relações Públicas, proporcionalmente, os números foram muito maiores. O que pode explicar este fato é a maior ocorrência de eventos de comunicação que discutem as Relações Públicas, como o Congresso Nacional de Estudos da Comunicação sediado em 2000 em Manaus e as edições regionais do evento que ocorre em uma espécie de rodízio por todos os estados da região norte, além do evento anual Mesa-redonda dos Profissionais de Relações Públicas, organizado pelo curso de Relações Públicas do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas.

Assim sendo, com maior discussão e com a maior visibilidade que a profissão toma a partir, principalmente do ano 2000, a quantidade de anúncios de Relações Públicas decresce – pois os anunciantes tomam conhecimento da profissão e sabem, ao menos, o que

um profissional de Relações Públicas não faz. Porém, em termos comparativos, enquanto foram encontrados 33 anúncios que respeitavam a lei num universo de 173, como foi na década de 1990, entre 2000 e 31 de janeiro de 2007 foram encontrados 45 em um total de 67. O que pode ser confirmado pelo gráfico a seguir.



Verificação da quantidade de anúncios encontrados, por ano, que estão enquadrados na legislação profissional de Relações Públicas.

Dentre os anúncios que não obedeciam à legislação de Relações Públicas, a maioria apresentava vagas destinadas a candidatos somente do sexo feminino, segundo grau completo, com boa aparência e sem informar, com clareza, a descrição das atividades a serem desenvolvidas. A tentativa de atração do anunciante se dava pelo status que o nome do cargo/função (Relações Públicas) atribuía.

Em se tratando dos anúncios que correspondem ao que pede a regulamentação da profissão, grande parte (87%) foi feito por empresas de grande porte – entre estas estão as que se dizem de grande porte e não revelam o nome de fantasia e as que já são conhecidas no mercado nacional. O que não se pode deixar de considerar é que parte dos anúncios que obedeciam à legislação se destinavam a profissionais formados em Comunicação Social, sem especificar habilitação. Isto faz com que a discussão sobre o que é privativo de Relações Públicas, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e para as outras habilitações da área de Comunicação se torne mais complexa.

Se um graduado do curso de Administração possuir conhecimento das técnicas e atividades de Relações Públicas sem que sejam percebidas como tais, o Administrador

não toma ciência da área e passa a trabalhar de forma a inibir a contratação de profissionais formados na área.

Abstendo-se das empresas de grande porte que possuem uma divisão de tarefas e responsabilidades mais esclarecida, o profissional a ser contratado será o que satisfizer as necessidades da organização apenas naquele determinado momento. Procura-se pelo profissional que conheça e resolva somente uma necessidade em particular, vislumbrando não o plano de comunicação como um todo, mas apenas ações pontuais.

Em anúncio do dia 3 de janeiro de 1990 consta "RELAÇÕES PÚBLICAS – precisa-se de moça ou rapaz de boa aparência, que seja comunicativo, para serviços de Relações Públicas para trabalhar junto aos hotéis de Manaus". Neste anúncio não são contemplados as funções, atividades e a necessidade de qualificação. A capacidade de planejamento de profissionais de Relações Públicas é fundamental pelo fato de as atividades de relações públicas se envolverem sempre com públicos e, portanto, requererem o máximo de cuidados e uma sistematização das ações.

O profissional de Relações Públicas, em linhas gerais, possui quatro etapas/funções para a realização de atividades. São elas: pesquisa, planejamento, implementação e avaliação. O que pode ser visto no anúncio do dia 25 de julho de 2004:

> Empresa de grande porte seleciona para seu quadro efetivo um profissional como você: Analista de Comunicação.- Superior completo em Administração em Marketing, Jornalismo, Publicidade ou Comunicação Social; -Desejável inglês ou espanhol fluente; - Conhecimento em elaboração de jornal, mural interno, revista e noticiários;- Desejável conhecimento ou participação em projetos sociais; - Disponibilidade para viagens internacionais; - Domínio em informática a nível de usuário.

São pedidas a qualificação e conhecimento de técnicas, além de conhecimentos gerais. Para elaboração dos instrumentos, não se consegue sucesso somente com o uso de técnicas, é preciso planejamento para saber a tiragem, periodicidade, entre outras coisas, atingir o objetivo superior da organização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve sua relevância no momento em que foi possível determinar uma evolução gradual do grau de reconhecimento do mercado sobre a profissão de Relações Públicas. Pode-se inferir que a utilização do termo relações públicas de forma indiscriminada deu-se basicamente para proporcionar à atividade, a ser executada, um

caráter mais sofisticado. Além disso, percebeu-se também que muitos dos anúncios tinham a intenção de esconder as verdadeiras funções que iriam desempenhar o contratado.

O aporte de muitas empresas multinacionais no Pólo Industrial de Manaus, a partir do final dos anos de 1990, leva-nos a crer que contribuiu para a disseminação de que um profissional da área de Relações necessitaria ter graduação. Além do mais, a promoção de eventos referente à referida área contribuiu também para essa mudança de postura do mercado frente à profissão de Relações Públicas. Outro ponto a considerar foi a proliferação de concursos públicos nacionais e locais direcionados à contratação de profissionais de Relações Públicas, entre eles destacam-se o da Empresa Brasileira de Pesquisa Agrárias (Embrapa), Forças Armadas e Petrobras, em nível nacional, e da Processamento de Dados Amazonas S/A (PRODAM) e Secretária de Comunicação do Estado do Amazonas (SECOM) com, em nível local, o que evidencia um maior conhecimento sobre a profissão pelos órgãos públicos.

No que se refere à falta de conhecimento da profissão pela sociedade ao longo desses anos, incluindo essas duas décadas, pode ser atribuída à inexistência de uma entidade representativa da profissão na cidade de Manaus, seja um conselho, um sindicato ou uma associação. O conselho do qual a região Norte está vinculado possui a sede, atualmente, em Brasília (antes era sediado em Belém e depois em São Luiz), o que dificulta uma fiscalização e autuação de empresas que empregam outros profissionais para executar atividades privativas ao profissional de Relações Públicas.

A pesquisa revela, então, que o mercado está mudando gradualmente o seu comportamento em relação à profissão de Relações Públicas, evidenciando que se houvesse um conselho regional instalado em Manaus, a prática equivocada e o desconhecimento da profissão seriam amenizados e futuramente até eliminados.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de. **Para entender Relações Públicas**. 3 Ed. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

BORDENAVE, Juan Díaz. **O que é comunicação?** Coleção Primeiros Passos, São Paulo: Summus, 2005.

Disponível em <http://www.portal-rp.com.br/>. Acesso em 18 de janeiro de 2010.

Disponível em < http://www.conrerp2.org.br/perfil_conrerp.asp >. Acesso em 19 de janeiro de 2010.

Disponível em:
< http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/relacoespublicas_legislacao.html >. Acesso em 19 de janeiro de 2010.

Disponível em: < http://abrpnacional.com.br/abrp.html >. Acesso em 19 de janeiro de 2010.

Disponível em: < http://www.sinprorp.com.br >. Acesso em 22 de janeiro de 2010.
Disponível em: < http://www.innovadora.com.br/historiadapropaganda >. Acesso em 20 de janeiro de 2010.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Básico**. 1 Ed. São Paulo: Editora Nova Fronteira SA, 1988.

GRUNIG, James E; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. ***Relações Públicas –teoria, contexto e relacionamentos.*** São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Modernidade**. São Paulo: Summus, 1977.

----------. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

----------. **Relações Públicas – história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas.** São Paulo: Saraiva, 2009.

MOURA, Cláudia Peixoto de (Org.). **História das Relações Públicas**: fragmentos da memória de uma área. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2008.

PINHO, J. B. **Propaganda Institucional –** usos e funções da propaganda em Relações Públicas**.** São Paulo: Summus, 1990.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas – função política**. São Paulo: Summus, 1995.

----------. **Relações Públicas e micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.