

## **Da Campanha de Valorização da Profissão aos 100 de Relações Públicas: Algo mudou?<sup>1</sup>**

Larissa de Araújo ALVES<sup>2</sup>

Sônia A. Martins LAZZARINI<sup>3</sup>

Centro Universitário Newton Paiva – Belo Horizonte - MG

### **RESUMO**

A atividade de Relações Públicas no Brasil é regulamentada há mais de 40 anos, mas em relação a outras atividades da área de comunicação social, não tem tanto reconhecimento, entretanto, nos últimos anos ações vêm mudando esse cenário. Neste artigo foi investigado se as ações desenvolvidas desde 2006 até o centenário em 2014, contextualizados pela área acadêmica, condizem com a visão que o mercado tem desse profissional. Esse estudo foi feito a partir de pesquisa bibliográfica e pela análise das páginas da Web das entidades de classe. Espera-se, com essa discussão, contribuir para a área de conhecimento.

**Palavras-chave:** Relações Públicas; Histórico; Centenário; Mercado.

### **INTRODUÇÃO**

Os alguns marcos na área de Relações Públicas datam das primeiras décadas do século XX quando, nos Estados Unidos, a indústria começa a ser atacada pela imprensa e Ivy Lee se torna consultor, o que hoje conhecemos como assessoria de imprensa, de diversas empresas e é considerado o “pioneiro no uso das técnicas” (KUNSH, 2006, p.9). Edward Bernays é considerado por Kunsh (2006) pioneiro na área acadêmica por ter escrito o primeiro livro sobre as atividades desenvolvidas por Relações Públicas, *Crystallizing Public Opinion* (1923).

No Brasil, o profissional também aparece com a industrialização, na época da República, a partir de 1889. Mas só tem o início do seu desenvolvimento em 1914 quando Eduardo Lobo foi diretor do departamento de Relações Públicas da empresa Light & Power. Na área acadêmica, Teobaldo Andrade foi o precursor, como co-fundador do primeiro curso de Relações Públicas no Brasil, o primeiro doutor na área no país e escritor de vários livros. Dos primórdios da profissão de Relações Públicas até os dias atuais muita coisa mudou. No Brasil, o curso foi regulamentado pela Lei Federal n. 5.377 de 11 de

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na Divisão Temática de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu – PR – 2 a 5/9/2014.

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Relações Públicas da Escola De Comunicação Do Centro Universitário Newton Paiva- BH- MG email: lari-alves@live.com

<sup>3</sup> Professora Orientadora do trabalho, docente da Escola De Comunicação Do Centro Universitário Newton Paiva- BH- MG - Email:sonia.martins@newtonpaiva.br

dezembro de 1967 e pelo decreto nº 860 de 11 de setembro de 1969. É a única área da Comunicação Social a ter a regulamentação e o conselho, Conferp – Conselho Federal de Relações Públicas. Quando comparada com as outras disciplinas da Comunicação, o curso, e por consequência a profissão de Relações Públicas, não tem o devido valor e glamour, como por exemplo, do Jornalismo e da Publicidade.

No ano de 2006, uma campanha desenvolvida por dois profissionais do estado da Bahia e depois apoiada pelas entidades da categoria, trouxe a atividade para o alcance da mídia e, por conta disso, pode ter havido uma maior procura sobre assuntos relacionados à área de RP, tanto pela imprensa, quanto pelo mercado e pela academia. Além disso, no ano de 2014, a comemoração dos 100 anos da profissão no Brasil traz ainda mais visibilidade para a atividade.

Nesse artigo discuto se o profissional de Relações Públicas e seu ambiente identificado e apresentado pela área acadêmica condizem com o cenário desenhado no mercado contemporâneo. Para isso, faço uma revisão da literatura, bem como o acompanhamento e monitoramento das notícias dos sites das principais entidades de classe da categoria, analisando o conteúdo.

## **HISTÓRICO DE RELAÇÕES PÚBLICAS: DE IVY LEE À PROFISSÃO NOS ANOS 2000**

Não se tem uma confirmação exata de quando a atividade de Relações Públicas realmente começou, mas o marco utilizado por autores como ANDRADE (1970), CANFIELD (1970), dentre outros estudiosos da área, é a criação da agência Parker & Lee, em 1906, por Ivy Lee e George Parker, que funcionava como uma assessoria de imprensa. A empresa aparece em um cenário de crise nos EUA quando “a indústria começou a ser atacada por líderes do governo e escritores de fama” (CANFIELD, 1970, p.22) sendo “acusados de procurar monopolizar as atividades industriais, através de cartéis, de modo a fazer desaparecer a concorrência.” (ANDRADE, 1970, p. 35).

Nesse cenário, a empresa de Lee ganhou notoriedade, ajudando empresas como a Pennsylvania Railroad, a Standard Oil Company e empresários como John Rockefeller Jr. No caso de Rockefeller<sup>4</sup>, Lee foi contratado para ajudar durante uma greve sangrenta em uma de

---

<sup>4</sup> John Rockefeller Jr. (1874-1960): Empresário americano, dono do Standard Oil Company, conhecido por suas atividades filantrópicas, tendo doado mais de 537 milhões de dólares.

suas indústrias e, após resolver a situação, desenvolveu, através de entrevistas à imprensa, a aura de filantropo e humanitário em volta do empresário.

Além disso, responsabilizam Lee por ter chamado a atenção da indústria americana para as vantagens de se ter um profissional que desenvolvesse atividades relacionadas à área de Relações Públicas, sendo conhecido como o pioneiro das Relações Públicas (PERUZZO, 1986, p.20).

Entretanto, Ivy Lee tem alguns pontos negativos em sua jornada por ser apontado como propagandista da União Soviética em 1917 e também como favorável às ideias nazistas ao trabalhar com uma empresa alemã durante o regime de Adolf Hitler, sendo até investigado pelo governo americano.

Para Kunsh (2009) Ive Lee desenvolveu as atividades relacionadas à área de Relações Públicas somente na prática. Para o autor o pioneiro na área acadêmica foi Edward Louis Bernays, primeiro professor da área nos Estados Unidos.

Bernays desenvolveu uma base teórica para a profissão, escrevendo livros como *Crystallizing Public Opinion* (1923), o primeiro livro sobre Relações Públicas e Propaganda (1928), obra na qual afirma que “a manipulação inteligente de hábitos e opiniões organizados das massas é um elemento importante na sociedade democrática”. Essa afirmação foi muito criticada por outros pesquisadores e estudiosos na época.

Na Europa, o desenvolvimento da profissão ocorreu de forma descontínua. Em 1912 na Inglaterra, com a criação de um serviço de informações; na França em 1949, com o desenvolvimento das empresas petrolíferas (Esso e Shell) e na Itália na década de 1950, com o desenvolvimento das empresas automobilísticas (Fiat, Alfa-Romeo, dentre outras) conforme assegura Andrade (1970).

No Brasil, o desenvolvimento da área ocorreu de forma parecida com a dos EUA. O país estava em pleno desenvolvimento manufatureiro e os movimentos sindicais estavam a todo vapor, exacerbando a luta de classes no Estado.

É nesse cenário que aparece Eduardo Pinheiro Lobo (1876-1933) que desenvolveu o primeiro serviço de Relações Públicas na multinacional canadense Light & Power, atual Eletropaulo, em 1914. Lobo recebeu o título de patrono da profissão, pela Lei federal nº 7.197 de 14 de junho de 1984. Entretanto, muitos estudiosos e profissionais da área são contra essa nomeação, como a ABRP – Associação Brasileira de Relações Públicas que afirma que a glória deve ser dada à empresa Light & Power, não a Eduardo Lobo.

Esse ponto de vista é o mesmo observado em pesquisas desenvolvidas por Mirtes Tubosaka sobre o papel de Eduardo Lobo na área de Relações Públicas para a produção da obra *O Pensamento Brasileiro em Relações Públicas: Eduardo Pinheiro Lobo, o pioneiro das Relações Públicas no Brasil* (2007). Nessa pesquisa, observou-se que há poucas provas de que sua atuação possa ser classificada como suficiente para ganhar o nome que tem.

A atividade de Relações Públicas fica esquecida no país até a década de 1950, com a redemocratização após a Era Vargas e com o aparecimento da primeira área de comunicação em uma empresa genuinamente nacional, a Companhia Siderúrgica Nacional e a criação da ABRP – Associação Brasileira de Relações Públicas.

É no fim dessa década e começo da próxima que vai aparecer Teobaldo de Souza Andrade, considerado por autores como Alaïc, Lorenzo Alfredo Blanco, Fábio França, o merecedor do título de pai das Relações Públicas no Brasil. Waldemar Luiz Kunsch, classifica Andrade e Bernays da mesma forma, como pioneiros na área da pesquisa em Relações Públicas.

Teobaldo Andrade foi o primeiro a escrever um trabalho acadêmico na área, a monografia *Relações Públicas no Governo Estadual*, em 1962, o primeiro livro, *Para Entender Relações Públicas*, e a primeira tese de doutorado na área: *Relações Públicas e o Interesse Público* (1973). Além disso, co-fundou o primeiro curso de Relações Públicas do país em 1967 na ECA – Escola de Comunicações e Arte da USP – Universidade de São Paulo.

No final da década de 1960, tem-se o início da ditadura militar, a abertura do primeiro curso superior de Relações Públicas, desenvolvido o IV Congresso Internacional de Relações Públicas e em 1968 é regulamentada a profissão pela Lei Federal n. 5.377.

Durante a ditadura militar, as atividades de Relações Públicas foram muito utilizadas pelo regime, com a criação de setores no governo, como a Aerp – Assessoria Especial de Relações Públicas, chefiada pelo coronel Otávio Costa. Sua atuação foi marcada pela divulgação de slogans ufanistas como “Você constrói o Brasil” e “Ninguém segura esse país”. As atividades foram desenvolvidas de forma muito agressiva como forma de limitar a percepção da realidade da população, mas as empresas, querendo crescer e ter o aval da ditadura col’ocaram militares chefiando suas áreas de Relações Públicas.

Na década de 1970, a área de Relações Públicas foi se desenvolvendo voltada para o regime ditatorial e com a euforia da regulamentação houve a criação de vários cursos. Somente após a redemocratização que o olhar se voltará para a qualidade destes. Além

disso, a imagem da profissão estará muito ligada ao regime, o que será desvantagem para o desenvolvimento da profissão.

A regulamentação será discutida por autores como Rolim Valença, Teobaldo Andrade e Ney Peixoto do Vale nessa época, vão classificá-la como prematura, burocratizadora e inoportuna, pois a área não estava reconhecida pela sociedade, fazendo com que se a lei não fosse respeitada.

Ainda na década de 1980, a ideia de uma comunicação integrada começa a ser difundida por Gaudêncio Torquato e Margarida Kunsch e com o plano de comunicação da Rhodia (1985), além do uso das técnicas de Relações Públicas no terceiro setor.

Os anos 2000 foram marcados com uma desaceleração do desenvolvimento da área e algumas discussões sobre os novos rumos da profissão, como a Flexibilização da Profissão proposta pelo Conferp pelo Projeto de Lei do Senado nº 324/2005, que abre para profissionais formados em cursos técnicos e em pós-graduações a possibilidade de fazerem parte do conselho.

## **CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

A atividade de Relações Públicas é regulamentada pela Lei n. 5.377, de 11 de dezembro de 1967, e essa lei promulga que:

Art. 2º Consideram-se atividades específicas de Relações Públicas as que dizem respeito:

- a) a informação de caráter institucional entre a entidade e o público, através dos meios de comunicação;
- b) a coordenação e o planejamento de pesquisas da opinião pública, para fins institucionais;
- c) o planejamento e a supervisão da utilização dos meios audiovisuais, para fins institucionais;
- d) o planejamento e a execução de campanhas de opinião pública;
- e) ao ensino das técnicas de Relações Públicas, de acordo com as normas a serem estabelecidas, na regulamentação da presente Lei.

Portanto, a atividade de Relações Públicas é, como atividade fim, a relação entre uma organização e seus públicos. O profissional da área vai desenvolver instrumentos para administrar os relacionamentos, mediar conflitos e qualquer outro tipo de interação entre as partes.

Durante o desenvolvimento da área no Brasil, a atividade de Relações Públicas ficou muito centrada no ambiente interno, no desenvolvimento do relacionamento da organização

somente com seus colaboradores e com “o estabelecimento de políticas consistentes e permanentes da relação da organização com a sociedade e não apenas produzir peças de comunicação para empregados” (FRANÇA, sd)

Kunsh (2003) pondera que é uma profissão que se aplica a qualquer porte de empresa e que

Tradicionalmente estavam mais centradas no âmbito empresarial e governamental. O mesmo acontecia com a literatura disponível e com a formação universitária, em que a ênfase se voltava mais para esses segmentos, nas últimas décadas o panorama mudou. Com o fortalecimento da sociedade civil, a valorização do terceiro setor, o crescimento do número de organizações não-governamentais (ONGs), além da existência de inúmeras outras entidades com ou sem fins lucrativos, as possibilidades aumentaram muito. (KUNSH, 2003, p. 90 e 91)

Com a abertura do estilo de organizações nas quais o profissional pode desempenhar suas funções, a atividade de Relações Públicas entra em um cenário diferenciado do de possível canal para educação da sociedade, porque uma das possibilidades é abrir caminho para que a sociedade civil tenha espaço para dizer o que pensa sobre uma organização e suas ações. O Relações Públicas se torna, como Andrade (2008) classifica, o “representante dos públicos frente à alta administração” das empresas, nesse contexto é

[...] o intérprete, o representante dos públicos, o educador, propondo as questões controversas, oferecendo amplas informações a respeito, facilitando o debate, emitindo pareceres, para que pela formação de autênticos públicos, as organizações possam chegar a atitudes e opiniões comuns, que permitam a ação conjugada em benefício de todos. (ANDRADE e FORTES, 2008, p.8)

Com todo o desenvolvimento conceitual da atividade de Relações Públicas, observa-se que, por trabalhar com o relacionamento de públicos, a atividade é muito ampla, enquadrando diversas ações e instrumentos a serem utilizados. Esse cenário é descrito de forma bem mais abrangente na Resolução Normativa nº 43, de 24 de agosto de 2002, publicada no Diário Oficial da União, que engloba as atividades da área em três grandes blocos:

- § 3º – Relações Públicas caracterizam-se pela aplicação de conceitos e técnicas de:
- I) comunicação estratégica, com o objetivo de atingir de forma planejada os objetivos globais e os macro-objetivos para a organização;
  - II) comunicação dirigida, com o objetivo de utilizar instrumentos para atingir públicos segmentados por interesses comuns;
  - III) comunicação integrada, com o objetivo de garantir a unidade no processo de comunicação com a concorrência dos variados setores de uma organização.

Com a normativa, quanto ao que é ou não atividade restrita do profissional de Relações Públicas, o profissional fica bem posicionado quanto ao seu papel da comunicação, possibilitando maiores chances de identificar infrações que podem ser cometidas pelas organizações, além claro, de deixar documentado para a sociedade civil do que se trata a profissão.

## **AS ENTIDADES DE CLASSE**

Relações Públicas é a única profissão da área de comunicação que possui um conselho, o Conferp, mas essa não é a única entidade de classe da categoria. Uma entidade de classe é:

uma sociedade de empresas ou pessoas com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, sem fins lucrativos e não sujeita a falência, constituída para prestar serviços aos seus associados. Toda entidade de classe tem em comum a gratuidade do exercício de cargos eletivos. São alguns exemplos de entidades de classe, as confederações, as federações, as associações, os sindicatos, as cooperativas e as entidades profissionais entre outros. (ENTIDADE DE CLASSE, 2014<sup>5</sup>)

Como os conselhos profissionais são órgãos reguladores, criados a partir de lei pelo Congresso Nacional eles devem zelar pela profissão, combatendo o exercício ilegal da atividade e outras infrações, fiscalizando os profissionais e empresas ligadas à atividade.

Já as associações são desenvolvidas por um grupo de profissionais de uma mesma atividade para defender os interesses da categoria junto à sociedade civil.

As entidades nacionais de maior representação para a profissão são três: o CONFERP, Aberje- Associação Brasileira de Comunicação Empresarial e a ABRP.

## **CONFERP - CONSELHO FEDERAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

O Conselho Federal de Relações Públicas foi criado após a regulamentação da profissão pelo Decreto-Lei 860, de 11 de setembro de 1969. Entretanto, só após a regulamentação, em 1971, com o Decreto 68.582, é que o conselho foi instalado.

O regimento do conselho resume bem as finalidades da entidade, que são coordenar, fiscalizar e disciplinar o exercício da profissão no país, seguindo todas as predisposições da Lei 5.377. Com isso, sua finalidade vai desde criar conselhos regionais a fiscalizar se a

---

<sup>5</sup> <http://www.jusbrasil.com.br/topicos/296162/entidade-de-classe>

sociedade civil e as organizações seguem as regulamentações da profissão, passando pela fiscalização de centros de ensino, desenvolvimento do Código de Ética, promoção de estudos e conferências sobre a área (com ou sem patrocínio).

O conselho criou sete divisões regionais, que são os Conrerps - Conselhos Regionais de Relações Públicas. Eles são divididos em regiões: 1ª região - Rio de Janeiro, 2ª região - São Paulo e Paraná, 3ª região - Minas Gerais e Espírito Santo, 4ª região - Rio Grande do Sul e Santa Catarina, 5ª região - Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará e Piauí, 6ª região - estados do norte, centro-oeste, Tocantins e Maranhão e a 7ª região - Bahia e Sergipe.

Um dos prêmios da categoria, organizado pelo conselho, foi o Prêmio Nacional de Relações Públicas, criado em 1979 com o nome Prêmio Opinião Pública – POP. A dessa premiação é mostrar ao mercado a importância do profissional de Relações Públicas na organização, além de destacar os trabalhos bem executados das empresas.

## **ABERJE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

A Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – Aberje, foi fundada em 8 de outubro de 1967 durante a Convenção Nacional dos Editores Empresariais e contou com a presença de várias personalidades do mundo empresarial e do jornalismo. Era uma oportunidade única de pôr em discussão assuntos nunca examinados coletivamente. Nilo Luchetti, jornalista, criador e ex-editor do Notícias Pirelli, foi o primeiro presidente da entidade e teve papel relevante na construção da entidade.

A Aberje tem como missão: “Fortalecer a Comunicação em empresas e instituições, produzindo e compartilhando conhecimento e saber, disseminando as melhores práticas e reforçando o papel estratégico e cidadão do comunicador.”

Além disso, desenvolve projetos como a Revista Comunicação Empresarial, a newsletter Ação Aberje, fóruns gratuitos no portal da associação, e também cursos de atualização e reciclagem para gestores de comunicação.

A entidade também possui uma premiação, criada em 1967, para reconhecer “as melhores práticas da comunicação empresarial brasileira, marcando a trajetória de profissionais e suas organizações como protagonistas do contínuo aperfeiçoamento das narrativas empresariais”<sup>6</sup>. Com a premiação, a Aberje desenvolve seu CMR – Centro de

---

<sup>6</sup> <http://www.premioaberje.com.br/>

Memória e Referência, para que profissionais associados possam ter acesso aos trabalhos desenvolvidos pelos ganhadores do prêmio de forma mais aprofundada.

## **ABRP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

A Associação Brasileira de Relações Públicas foi a primeira entidade da classe no Brasil, criada em 21 de julho de 1954, por 27 profissionais. Sua primeira diretoria foi composta por Hugo Barbieri, como presidente; Ubirajara Martins, como vice-presidente; e May Nunes de Souza, como primeiro-secretário. A associação foi uma das responsáveis pela regulamentação da atividade, além da divulgação do que o profissional de Relações Públicas fazia. Para isso, desenvolveu seminários, encontros e outras ações, com repercussão na mídia.

Um dos eventos foi o Primeiro Seminário Brasileiro de Relações Públicas, em março de 1954, no Rio de Janeiro, com a apresentação das seguintes teses: Normas e Padrões para o Trabalho de Relações Públicas (Ney Peixoto do Valle), As Comunicações das Relações Públicas (João Firminiano da Silva) e Treinamento e Formatação de Pessoal para Relações Públicas (Francisco Gomes de Matos e Cel. Terêncio M. Porto).

A associação sofreu alguns abalos, com a criação em 1964 da Associação dos Executivos de Relações Públicas, que dividiu parte da Seção de São Paulo. Além disso, na década de 1970, com crescimento da entidade e a conquista da primeira sede própria, passou a ser politicamente cobiçada, o que ocasionou a saída dos profissionais sem experiência na área e entrada de outros que levaram a entidade a perder seu foco inicial.

## **DA CAMPANHA DE VALORIZAÇÃO DA PROFISSÃO À COMEMORAÇÃO DOS 100 ANOS**

Em 2006, destaca-se o reconhecimento da atividade de Relações Públicas por meio da Campanha de Valorização dos profissionais de Relações Públicas desenvolvida pelos profissionais baianos Marcello Chamusca e Márcia Carvalhal, desenvolvedores do site Portal-RP Bahia. Inicialmente a campanha não tinha apoio de nenhuma entidade ou empresa.

A campanha foi desenvolvida após a revitalização do portal RP-Bahia, ocorreu entre 2005 e 2006, e tinha como principal foco fortalecer a categoria e valorizar a profissão. As

ideias difundidas pelo portal foram muito discutidas, mas nenhuma levou a algum tipo de posição das entidades de classe.

Marcello Chamusca e Márcia Carvalhal aparecem nesse cenário buscando uma mudança de atitude. Desenvolveram a campanha sem apoio financeiro ou institucional, usando a internet e o slogan: *Relações Públicas: ame-as ou deixe-as*. Como foi utilizado a partir de uma repetição de uma frase da ditadura, não foi bem recebido, foi trocado dias depois por *Relações Públicas: mais que uma profissão, é uma causa, uma paixão, um caso de amor...*

A campanha foi iniciada em 22 de fevereiro de 2006 e no seu primeiro mês recebeu apoio de um grande portal da atividade na época, o Portal-RP. Vários profissionais, além de várias entidades como o Conferp e ABRP começaram a apoiar a causa.

Todo o apoio recebido gerou o primeiro efeito prático, como o evento inaugural da campanha com uma palestra do então presidente do Conferp, João Alberto Ianhês. Depois desse, várias palestras foram feitas e foi desenvolvida a ideia do Prêmio Relações Públicas do Brasil. Esse prêmio foi desenvolvido para ser uma votação entre os profissionais da área, sem nenhum tipo de intervenção das entidades.

Durante a primeira etapa, nomes poderiam ser indicados nas seguintes categorias: profissional de mercado, professor pesquisador e contribuição histórica. Na segunda fase, os 10 nomes mais indicados seriam colocados a voto pela internet. O lançamento do prêmio foi durante o *3rd. World Public Relations Festival*, no dia 28 de julho de 2006, em Brasília.

Ao fim da segunda etapa, foram mais de 6 mil votos e os prêmios foram entregues durante o Intercom daquele ano. Os vencedores do prêmio no ano de 2006 foram Cândido Teobaldo (contribuição histórica), Roberto Porto Simões (professor pesquisador) e Carlos Eduardo Mestieri<sup>7</sup> (profissional de mercado). O prêmio teve grande cobertura da mídia, com mais de 30 matérias públicas entre o lançamento da campanha e entrega dos prêmios (70 dias).

Outra ação desenvolvida foi a escolha do dia 22 como o Dia Nacional de Luta pela Valorização da Profissão de Relações Públicas, o dia foi escolhido entre duas datas importantes: 26 de setembro, dia interamericano de Relações Públicas e 2 de dezembro, dia nacional do profissional de Relações Públicas. A escolha foi feita para que a simbologia do dia não aparecesse mais do que o dia devia significar.

---

<sup>7</sup> Na situação Mestieri era presidente da Aberje.

O projeto, além do reconhecimento nacional, também teve repercussão internacional. Além do evento em Brasília, houve uma conferência em Assunção, Paraguai (VI Congreso Internacional de Relaciones Públicas) e uma matéria em uma revista portuguesa (Revista Internacional PoRtraits – com versão em português e inglês).

Essa campanha foi muito mais voltada para melhoramento da autoestima do profissional e, não para necessariamente, fazer uma divulgação para o mercado.

No ano de 2014, um novo marco vai acontecer no mercado das Relações Públicas. Comemora-se a marca de 100 anos da profissão no país. Os Prêmios de grande relevância, além das entidades vão desenvolver projetos especiais.

O Conferp vai desenvolver *100 Anos em Foto das Relações Públicas Brasileiras*, uma coletânea de fotos de eventos importantes para resgatar parte dessa história. Além da própria entidade, os conselhos regionais e os próprios profissionais vão poder participar do projeto enviando fotografias.

O projeto teve início no mês de abril e se estenderá por todo o ano de 2014 e será usado como base para uma exposição itinerante sobre a história das Relações Públicas no país. A iniciativa é de responsabilidade da conselheira federal Maria José de Oliveira. Os profissionais que enviarem foto para o Conferp terão suas fotos exibidas nas redes sociais da entidade.

O Prêmio Nacional de Relações Públicas vai abordar a comemoração em sua premiação além de angariar fundos para a produção da *Revista 100 anos de RP no Brasil*.

O Conrerp 3ª Região está desenvolvendo a campanha RP Legal, para dar visibilidade aos integrantes dos conselhos que estão em conformidade com a legislação vigente da atividade, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas. O projeto compreende os meses de fevereiro de 2014 a fevereiro de 2015.

Para a presidente do Conselho Regional de Relações Públicas 3ª região, Angelina Gonçalves, “a Campanha RP Legal é mais uma forma de orientar os profissionais de Relações Públicas de que o registro é fundamental para cumprirmos com a nossa missão de fiscalizar e disciplinar o exercício da profissão, zelar pelo cumprimento da lei e do código de ética do profissional de Relações Públicas”.

A campanha foi lançada em 11 de fevereiro, em um jantar com a presença da diretoria executiva do Conrerp 3ª Região, Coordenadores de Curso de Relações Públicas dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo e profissionais da área de Marketing e Comunicação dessas instituições.

A campanha dará maior visibilidade às empresas e profissionais em dia com o Conselho. No caso das empresas, elas terão, na página do Conselho, seu nome e suas redes sociais divulgadas. Já os profissionais registrados terão informações profissionais postadas na página do Facebook do Conselho Regional, mostrando que esse profissional está em conformidade com a legislação e é um modelo a ser seguido.

Para os novos profissionais registrados, uma nova maneira de recebê-los no conselho será feita. A partir do ano de 2014, será desenvolvida uma solenidade para a entrega das carteiras. A solenidade contará com a presença de um profissional da área como patrono dos novos profissionais.

## **MERCADO**

O mercado de Relações Públicas no Brasil vem crescendo nos últimos anos. A notícia: *Área de comunicação corporativa aumenta 300% em dez anos*, do jornal Folha de São Paulo, mostra o crescimento a ritmo de 15% ao ano na área. As agências faturaram R\$ 2 milhões de reais.

Isso mostra um cenário em que "Estamos passando por uma transformação radical. A comunicação se tornou peça fundamental para as corporações, com o papel de decifrar ameaças e oportunidades", afirma o presidente da Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial), Paulo Nassar.

Outro fator que mostra o crescimento é uma pesquisa desenvolvida pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) entre janeiro de 2009 e dezembro de 2012 mostrando que a área é a terceira em maior aumento do número de empregos criados. Além disso, junto com a área de TI, enfermeiros, publicitários, secretários executivos e farmacêuticos criaram 40% das vagas de emprego criadas.

Entretanto, como a notícia da Folha de São Paulo demonstra, a atividade desenvolvida pelos RP está em crescimento, mas é designada somente a outro profissional da área de comunicação: o jornalismo. Na notícia em questão destacam-se as deficiências na formação acadêmica para o profissional que trabalha em agências de comunicação corporativa, mas só se fala de cursos de jornalismo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esse trabalho foi desenvolvido com a proposta de verificar o cenário da área das Relações Públicas nos últimos oito anos, compreender a atividade descrita e discutida pelos acadêmicos é a que realmente é posta em prática no mercado.

O profissional de Relações Públicas é a única profissão regulamentada e com um conselho. Mas nem por isso é uma atividade entendida e conhecida pela opinião pública e sociedade civil. Em relação a outras atividades na área da comunicação, pode-se inferir que provavelmente tem menos aceitação pela sociedade, o que levou muitos a não entenderem o que um Relações Públicas pode desenvolver, e que vantagens ele pode trazer para uma organização.

As atividades de valorização do profissional e exposição de sua atividade para a sociedade estão dando frutos. Entretanto, ainda a muitos que acreditam que certas atividades, que de acordo com são exclusividade de Relações Públicas, sendo designados unicamente a outros profissionais da área de comunicação.

Dessa forma, observa-se que as muitas das atividades que os Relações Públicas podem desenvolver estão sendo estudadas, explicadas e desenvolvidas pela área acadêmica, mas a visão que o mercado tem deste profissional ainda é restrita se observada a abrangência de aptidões.

O necessário agora é que os novos profissionais continuem, ainda mais com o centenário da profissão, a divulgar o que fazem, terem orgulho disso e tornar a profissão conhecida e admirada pela população. Este continua sendo o grande desafio da categoria.

### **Referências:**

AS DEZ CARREIRAS DE NÍVEL SUPERIOR COM MAIOR EXPANSÃO DE VAGAS NO BRASIL. **Revista Veja**. Julho 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/educacao/as-10-carreiras-que-mais-registraram-a-criacao-de-empregos-no-brasil>> acesso em 12 de mar. 2014

**Diferença Entre o Papel do Conselho Profissional e Sindicatos**. Disponível em <<http://sindicatosociologosma.blogspot.com.br/2012/01/diferenca-entre-o-papel-do-conselho.html>> acessado em 05 mai. 2014

**Entidade de Classe**. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/296162/entidade-de-classe>> acessado em 28 de abr. 2014

**Flexibilização da Profissão de Relações Públicas** Disponível em: <<http://www.Conferp.org.br/?p=5085>> acesso em 13 de mai 2014

**O Sistema CONFERP.** Disponível em: < [http://www.Conferp.org.br/?page\\_id=165](http://www.Conferp.org.br/?page_id=165)> acessado em 26 de abr. 2014

**Para que serve Grupos ou Associações Profissionais?** Disponível em <<http://www.crb14.org.br/fiscalizacao.php?codigo=8>> acessado em 05 mai. 2014

**Perfil Entidade.** Disponível em < <http://www.abrpsp.org.br/index.php/abrp/PerfilEntidade>> acessado em 26 de abr. 2014

**Quem Somos.** Disponível em < [http://www.aberje.com.br/associacao\\_quemsomos.asp](http://www.aberje.com.br/associacao_quemsomos.asp)> acessado em 26 de abr. 2014

**SALÁRIO DOS ESTAGIÁRIOS NO BRASIL TEM AUMENTO DE 11% NO ÚLTIMO ANO. Jornal Hoje.** Janeiro de 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2014/01/salario-dos-estagiarios-no-brasil-tem-aumento-de-11-no-ultimo-ano.html>> acesso em 12 de mar. 2014

**Visão e Missão.** Disponível em <[http://www.aberje.com.br/associacao\\_visaomissao.asp](http://www.aberje.com.br/associacao_visaomissao.asp)> acessado em 26 de abr. 2014

ABRANTES, Thalita. Os profissionais mais bem pagos do Brasil. **Revista Exame.** Janeiro 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/os-profissionais-mais-bem-pagos-do-brasil#21>> acesso em 12 de mar. 2014

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas.** São Paulo: Atlas S.A., 1970

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza; FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: o que não é e o que é!**. 2008. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/teobaldodeandrade/teobaldo01/0267.pdf>> acessado em 23 de abr. 2014

BRASIL. **Lei nº 5,377**, de 11 de dezembro de 1967. Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 11 dez. 1967. Disponível em < <http://www.Conferp.org.br/?p=179>> acessado em 18 de abr. 2014

CONSELHO FEDERAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Resolução Normativa nº 43**, de 24 de agosto de 2002, Define as funções e atividades privativas dos Profissionais de Relações Públicas. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 28 out. 2002. Disponível em: <<http://www.Conferp.org.br/?p=407>> acessado em 18 de abr. 2014

CANFIELD, Bertrand R. **Relações Públicas – Princípios e problemas.** 2. Ed. São Paulo: Livraria Pioneiro Editora, 1970

CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia. **2006: um Marco na História das Relações Públicas no Brasil.** 2007. V Congresso Nacional de História da Mídia

FRANÇA, Fábio. **O conceito do profissional de Relações Públicas no mercado.** Sem data. Disponível em <[http://www2.metodista.br/agenciarp/mercado\\_texto3.htm](http://www2.metodista.br/agenciarp/mercado_texto3.htm)> acessado em 16 de fev. 2014

KACHANI, Morris. Área de comunicação corporativa aumenta 300% em dez anos. **Folha de São Paulo.** Setembro 2012. Disponível em: <[http://www.aberje.com.br/acervo\\_not\\_ver.asp?ID\\_NOTICIA=7392&EDITORIA=Comunica%E7%E3o+Corporativa](http://www.aberje.com.br/acervo_not_ver.asp?ID_NOTICIA=7392&EDITORIA=Comunica%E7%E3o+Corporativa)> acesso em 12 de mar. 2014

KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** 4. Ed. São Paulo: Summus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Relações Públicas e Modernidade: Novos Paradigmas na Comunicação Organizacional.** São Paulo: Summus, 1997.

\_\_\_\_\_. **Relações Públicas: História, Teorias e Estratégias nas Organizações Contemporâneas.** São Paulo: Saraiva, 2009.

LUCHETTI, Nilo. Parto Normal. **Comunicação Empresarial.** São Paulo, n. 25, 4º trimestre 1997

ROCHA, Marina. Relações Públicas está em alta. **O Fluminense.** Agosto 2013. Disponível em: <<http://www.ofluminense.com.br/editorias/oportunidades/relacoes-publicas-esta-em-alta>> acesso em 12 mar. 2014

TUOBOSAKA, Mirtes V. Torres. **O Pensamento Brasileiro em Relações Públicas: Eduardo Pinheiro Lobo, o pioneiro das Relações Públicas no Brasil.** Guarapari: Ex-Libris, 2007