

VII IBERCOM

Presente e Futuro das Profissões da Comunicação

ISMAI (PORTO, Portugal) 16-18 Nov 2002

Comunicação

ARPP – porquê o Associativismo das Relações Públicas em Portugal

Fábia Ortega Borges

ARPP – Associação de Relações Públicas de Portugal

Bolseira de Investigação de Doutoramento da Fundação Ciência e Tecnologia, na Universidade de Santiago de Compostela

Agradecendo a oportunidade de participar no VII IBERCOM, acolhido em Portugal no Instituto Superior da Maia, instituição que também me tem acolhido, desculpo-me, numa atitude profundamente autocrítica, por uma Comunicação que, por limitações de tempo, não foi preparada tão consistentemente quanto a organização do IBERCOM e dos seus participantes mereceriam. No entanto, não queria que o IBERCOM, ao referir-se ao Presente e Futuro das Profissões da Comunicação, não contasse com uma reflexão sobre o Presente e o Futuro das Relações Públicas, concretamente em Portugal.

Apesar do título da comunicação, não abordarei exclusivamente a ARPP - Associação de Relações Públicas de Portugal. Nem o poderia fazer...

Falar da ARPP pressupõe falar da história das Relações Públicas em Portugal, dos seus profissionais, da sua situação actual e, principalmente, das suas perspectivas de futuro.

Terá que se contextualizar e justificar a criação da ARPP com a realidade que a actividade encontra no nosso país. E, nesse sentido, identifico três questões essenciais que importa destacar:

- actualmente, revela-se imprescindível legitimar uma actividade que, no meu entender e fruto de uma experiência pessoal, totalmente casuística, não goza de muito prestígio social, concretamente porque a sua imagem está ofuscada por ideias erróneas. Manifesta-se uma clara indefinição do que e em que consiste a actividade, quer no âmbito empresarial, quer de opinião pública.

- um segundo aspecto, directamente relacionado com o primeiro, consiste em questionar como se pode contribuir para o prestígio e dignificação dos seus profissionais, alguns deles autodidactas extraordinários que, no exercício da sua actividade, são paradigmas de sucesso a considerar pelo tecido empresarial português.

Contudo, sou de opinião que se desconhecem as reais capacidades destes profissionais as características, do seu perfil, e, concretamente as actividades que promovem. E, face ao desconhecimento, confrontamo-nos com ideias pejorativas, que pessoalmente me revoltam, associando os relacionadores de públicos a festas de *jet set*, à organização de beberetes, à promoção de futilidades e não de uma verdadeira estratégia de comunicação empresarial... Pergunto-me mesmo qual seria o resultado de um estudo de opinião generalizado que questionasse a imagem da actividade de Relações Públicas e dos seus profissionais, em Portugal e nomeadamente pelo seu empresariado;

Pessimista, ou não... custar-me-ia acreditar que o retrato revelasse que os Relações Públicas são estratégias comunicacionais, cujo trabalho decorre mais nos bastidores do que nos palcos da fama. Não refeririam possivelmente a dedicação necessária, a lealdade que nunca é recusada, o rigor e a disciplina

que não são enfeitados, a constante actualização dos seus variados saberes, a inovação que sempre pretendem, a versatilidade com que actuam¹.

- consequentemente, a ARPP procura atingir, primordialmente, não só o desiderato de apoiar os recém-licenciados, que apostam numa formação académica nesta área, e que encontram *naturais* dificuldades de integração quando pretendem tornar-se profissionais.

Comecemos, no entanto, por contextualizar as Relações Públicas, em Portugal, na forma como as interpreto.

Não tendo a pretensão de concretizar um historial da actividade de Relações Públicas em Portugal, uma vez que seria necessária uma investigação muito mais rigorosa e demorada, não posso deixar de evidenciar que esta ciência empresarial foi, ou tem sido, negligenciada durante muitos anos, enquanto, noutros países, encontrava *forças* de desenvolvimento. Numa interpretação simplista, poder-se-ia aliar a muitas outras condicionantes o regime político anterior a 1974, que não permitiria uma prática comunicacional desimpedida, livre de constrangimentos. Paralelamente ao que se verificava com outras ciências humanas, sociais, relacionais, as Relações Públicas não encontraram condições de implementação eficaz e, consequentemente, regista-se pouca ou quase nenhuma bibliografia original publicada, bem como promoção de formação académica correspondente.

Mas, quererá isto dizer que as Relações Públicas em Portugal só surgiram pós-25 de Abril de 1974?

Não! As Relações Públicas, em Portugal, existem desde sempre. Como existirão em todos os estados que têm preocupações de boa convivência, harmonia e aceitação social, intra e inter-Estados.

Em Portugal, existe concretamente um exemplo histórico curioso, desta atitude de comunicação para a compreensão e aceitação social.

«Em plena época da expansão marítima e colonial portuguesa, conseqüente aos Descobrimentos, D. Manuel I (considerando de extrema importância para o bom sucesso dos negócios que as companhias comerciais estabelecessem excelentes relações com os seus públicos), determinou, em 1509, “que sejam bem tratados os mercadores y pessoas que trautam em nossas Caazas”, “bem ouvidos, respondidos, y despachados (...) y de modo que sempre possam hir contentes y do seu bem livrados, y com rezam e justissa”. »²

Não nos referindo à atitude, mas às Relações Públicas como actividade empresarial, estas surgem em Portugal aproximadamente em 1960, com cerca de cinquenta anos de atraso face aos EUA, onde nasceram e apenas em grandes empresas multinacionais.

Como datas históricas, podemos referir os anos de 1964 e 1968, respectivamente pela criação do Curso de Relações Públicas e Turismo, no Instituto de Novas Profissões; e pela fundação da SOPREP - Sociedade Portuguesa de Relações Públicas.

Apesar deste início aparentemente promissor, as Relações Públicas encontraram adversidades que as conduziram a algum descrédito e desvalorização enquanto actividade empresarial, em função da falta de preparação e qualificação profissional.

Após a crise de 1974, que também afectou as Relações Públicas, sucederam-se alguns acontecimentos que marcam a actividade em Portugal:

- a 16 de Abril de 1978, em Assembleia Geral da Confédération Européen dès Relations Publiques, em Lisboa, foi aprovado o Código de Lisboa, como Código Europeu de Conduta Profissional de Relações Públicas;

- no âmbito académico:

- ainda na década de 70, inicia-se a formação profissional no sector, como é o caso do Instituto de Aperfeiçoamento Técnico Acelerado;

- no ano lectivo de 1979/80, é integrada uma disciplina de Relações Públicas nos estudos da área de Humanidades, do 10º e 11º anos;

¹ (?)

² Cap. 59º do Regimento das Casas das Índias e Mina, *apud* Abílio da Fonseca, *Comunicação Institucional – Contributo das Relações Públicas*, p.131

- o Decreto-Lei 26/89, de 21 de Janeiro, cria as Escolas Profissionais, que formam técnicos intermédios de nível III, nomeadamente num Curso de Comunicação/Marketing/Publicidade e Relações Públicas;

- também em 1989, se inicia uma formação académica de nível superior, primeiramente ao nível de Bacharelato e, posteriormente, de Licenciatura;

- em função da entrada de Portugal, na então Comunidade Económica Europeia, assiste-se ao aumento exponencial de agências, embora nem todas se dediquem em exclusivo a esta actividade;

- já no âmbito Associativo, em 1989, surge a APECOM – Associação Portuguesa das Empresas de Conselho em Comunicação e Relações Públicas; e mais tarde, surge para substituir SOPREP a APREP- Associação Portuguesa de Relações Públicas, hoje não extinta, mas totalmente inactiva.

No entanto, e apesar deste quadro aparentemente optimista, enquanto outras ciências sociais tiveram um crescimento rápido e sustentado nas últimas décadas, refiro-me, por exemplo, à Sociologia, Antropologia, Psicologia, entre outras as Relações Públicas têm crescido à volta de considerações, erróneas, de aceções falsas à actividade e aos seus profissionais.

O que se evidencia, é uma situação análoga ao exemplo do popular, mas sempre sábio, provérbio de que *em casa de ferreiro, espeto de pau*. Concretizando: as Relações Públicas, que se afirmam como guardiões da imagem das instituições, têm negligenciado a sua própria imagem.

Em jeito de confissão, saibam que corô, envergonhada, quando, junto dos meus familiares e amigos, assisto na televisão, ou no cinema, ou na revista do cabeleireiro, a considerações promíscuas concernentes com a actividade.

Deixo alguns exemplos:

- integrado na campanha de 1996 Ano do Carteiro, os principais diários portugueses divulgavam anúncios coloridos de página inteira dos C.T.T. - Correios de Portugal, onde podia ler-se, encimando a foto de um distribuidor de correspondência, as seguintes legendas: "Manuel António Pereira da Rosa; Relações Públicas, Vendedor; Rosto e Voz da Empresa; Profissão: carteiro" !...

- ainda em 1996, um jornal do Porto, Jornal de Notícias, publicava uma extensa notícia subordinada ao título, bem destacado por sinal, "Difamação - nova arma de Relações Públicas nos EUA" em que relatava os excessos desta actividade naquele país, por parte de "profissionais empenhados em propagandear nos órgãos de comunicação supostas virtudes de quem os contratava para melhorar a sua própria imagem." Mais adiante dizia que "agora começa a ser questionada pela razão inversa [pois] com o mesmo talento usado para construir a imagem positiva de um cliente, um especialista é capaz de ir a extremos para desacreditar os adversários, destruindo-lhes a reputação". Eram depois relatadas acções de um profissional bem conhecido no meio, acusado de, após profundas investigações sobre determinadas pessoas a "abater" e utilizando a amizade de jornalistas famosos, fazer publicar, em importantes jornais e cadeias de televisão, alguns dos elementos comprometedores, para desencorajar nos visados a tomada de atitudes contrárias aos interesses dos seus clientes. A mesma notícia terminava, porém, com a afirmação: "É um claro desvio ético".

- quem assistiu à transmissão da telenovela "Roseira brava" da R.T.P., ouvia o dono de um bar, referir-se, com malícia, a uma empregada de "alterne", como sendo "uma espécie de relações públicas"...

- nas Noites Marcianas, da SIC, frequentemente, se assistia a várias personagens que eram caricaturadas e designadas como Relações Públicas;

- e no campo televisivo os exemplos seriam inúmeros... Bem como, na imprensa *cor-de-rosa*, em que praticamente a totalidade das edições identifica uma ou outra personalidade do *jet set* como Relações Públicas...

E se vos questionasse directamente, muitos outros exemplos certamente poderiam ser acrescentados a estes.

O que está em causa não é, em exclusivo, uma formação académica de base. Serei a primeira a reconhecer que existem numerosos exemplos de autodidactas que representam com toda a dignidade a profissão, enquanto outros têm uma formação académica que os certifica, mas não apresentam um perfil consonante com a actividade, revelando-se profissionais medíocres, como aliás acontece noutras actividades.

Nesta situação *controversa*, com a qual as Relações Públicas são confrontadas, hoje, em Portugal como noutros países, há que considerar o seguinte:

Não poderemos ignorar que se, até há bem pouco tempo, não havia no nosso cenário formativo, cursos de Relações Públicas, não podemos agora *virar costas* a todos os que, numa perspectiva de autoformação, se valorizaram e se converteram em relacionadores de públicos excelentes; não podemos agora exigir a sua substituição por recém-licenciados, com pouca prática empresarial.

Paralelamente a este cenário, “o próprio empresariado português, com algumas honrosas excepções, ainda não se modernizou em matéria de comunicação institucional, parecendo ter relutância em reconhecer a evidência da imprescindibilidade de adquirir, para os seus quadros superiores, a mais valia dos especialistas que são os profissionais de Relações Públicas.”³

Assim sendo, será necessário divulgar que hoje, em Portugal, existem cursos superiores universitários de Relações Públicas, com componentes formativas na área das ciências da Comunicação, Sociologia, Gestão, Economia, entre outras, que podem ser a tal mais valia para Gabinetes de Comunicação, de Relações Públicas, ou do que se queira chamar... (essa é outra discussão!)

Paralelamente, a formação generalista e abrangente dos recém-formados em Relações Públicas não deverá ser motivo para que estes profissionais se acomodem a outro tipo de funções nas empresas, que desaproveitam as suas capacidades e a potencialidade do seu trabalho. Dever-se-á, por isso, procurar a integração profissional dos recém-licenciados, fortalecendo-os e promovendo-os.

Dever-se-á encontrar uma solução intermédia em que os gabinetes integram progressivamente estes recém formados, enquadrando-os inicialmente em trabalhos mais operacionais, mas possibilitando a sua acção, as suas iniciativas, as suas capacidades criativas, estratégias inovadoras, para que se convertam em factor de competitividade das empresas.

Contudo, não podemos ignorar o clima de crise que o país atravessa actualmente. E, infelizmente, nestes casos, quando os orçamentos das empresas já não têm mais por onde cortar despesas, as Relações Públicas são, desde logo, afectadas.

No entanto, acredito que as empresas não possam perpetuar esta atitude míope, que considera a Comunicação como um acessório insignificante num Planeamento Estratégico Integrado. Uma análise atenta da evolução das organizações não pode ignorar que o seu sucesso tem sido promovido por uma atitude relacional mais eficaz. A aproximação aos seus colaboradores, aos clientes e consumidores progressivamente mais exigentes e selectivos, aos seus parceiros estratégicos, comumente designados *stakeholders*, sejam fornecedores, distribuidores, representantes, accionistas, entre outros, revelam que a comunicação relacional tem sido um factor chave no desenvolvimento das organizações e, conseqüentemente, deve ser planeada por aqueles que melhores qualificações evidenciam. Ao enfrentar um ambiente tão competitivo como o actual, a abordagem sistémica das organizações não pode divorciar-se da sua Responsabilidade Social e, conseqüentemente, da planificação estratégica de Comunicação protagonizada pelos relacionadores de públicos.

Independentemente, mas em simultâneo à preocupação com esta situação empresarial crítica, é essencial que os profissionais de Relações Públicas conquistem o merecido reconhecimento e dignificação social.

O reconhecimento da profissão passa, por isso, pela conquista e reforço de um prestígio social, que esclareça a opinião pública em que consiste verdadeiramente as Relações Públicas e fortaleça o perfil dos profissionais. Simultaneamente, passa por um reconhecimento oficial, que contribua para a dignificação profissional face aos próprios organismos públicos. Questiona-se, por exemplo, que prestígio pode conquistar um profissional que terá que se identificar face ao seu Estado, entenda-se Portugal, como “outras profissões”?

Conseqüentemente, depois das iniciativas da SOPREP e da APREP, seguiu-se uma outra, mais recente, para contrariar esta situação. No ano 2000, aquando do VII Encontro de Relações Públicas do Instituto Superior da Maia, foi subscrita, por mais de duzentos alunos, professores e profissionais que participavam naquele evento, uma petição, endereçada ao Sr. Primeiro Ministro de então, Eng.º António Guterres, onde se reclamava o reconhecimento da profissão de Relações Públicas, com o seguinte texto:

³ in Jornal de Notícias, 9 de Fevereiro de 2002

«A profissão de Relações Públicas, iniciada em Portugal cerca de 1960 e afirmada décadas antes em países mais desenvolvidos, encontra-se claramente em enorme aceitação na União Europeia e, progressivamente, no nosso país, não só a nível de instituições oficiais como em numerosas organizações do sector privado.

É, por isso, muito estranho - e até lamentável - que, ao contrário de Espanha, Reino Unido, França, etc., tal profissão ainda não tenha sido oficialmente reconhecida entre nós, o que se pretende e, agora, se solicita.

É disso prova o facto de não constar como actividade no Código de I.R.S., aprovado pelo Dec.-Lei 442-A/88, de 30 de Novembro, o que obriga à inscrição, como contribuinte de actividade por conta própria, na rubrica "outras profissões". Esta situação, do ponto de vista fiscal, nem será grave, mas significa imenso para os profissionais do sector que, assim, se consideram lesados na sua dignidade.»

A petição, promovida pelo Mestre Abílio da Fonseca, Professor-Coordenador da Licenciatura de Relações Públicas do ISMAI, actualmente presidente da ARPP, teve resposta um mês depois, quando um assessor jurídico da Presidência do Conselho de Ministros comunicou que aquela exposição fora remetida à Secretaria de Estado de Assuntos Fiscais "para a sua devida análise e ponderação".

A 15 de Junho, o director de serviços do I.R.S. pedia para lhe ser remetida "documentação relativa ao Curso Superior de Relações Públicas, a fim de poderem apreciar o pedido". Essa pretensão foi satisfeita logo a 26 de Junho, em resposta sob a epígrafe de: Pedido de aditamento da profissão de Relações Públicas à lista do Código do I.R.S.. Isso porque se pensava que, inscrito tal aditamento, havia começado a ser tomada em consideração, parte importante do desiderato. Assim, informou-se do reconhecimento do Curso, por portarias do Ministério da Educação, revelando que, desde 1994, já cerca de duzentos jovens se haviam licenciado no ISMAI e que se sabia haver no país cerca de quarenta estabelecimentos de ensino a leccionar Relações Públicas, considerando instituições de ensino profissional médio, de ensino secundário profissional e de ensino superior.

Estas iniciativas, as preocupações comuns de profissionais de Relações Públicas, e o empreendedorismo do seu mentor, Mestre Abílio da Fonseca, culminaram na criação da ARPP – Associação de Relações Públicas de Portugal.

A 10 de Dezembro de 2001, ocorreu a primeira reunião da Comissão Instaladora, em resultado da apresentação do "registo provisório" da Associação, requerido em 9 de Novembro ao Registo Nacional de Pessoas Colectivas, do Ministério da Justiça e concedido a 29 do mesmo mês e ano, com o declarado objecto da "representação dos profissionais e especialistas de Relações Públicas e sua creditação/credencialização e defesa dos seus interesses".

Simultaneamente, definiu-se a sede provisória nas Instalações do Instituto Superior da Maia, gentilmente cedidas pela Maiêutica – Cooperativa de Ensino Superior, CRL, ficando, no entanto, salvaguardado que a ARPP teria uma abrangência verdadeiramente nacional, para o que se promoveria todo o tipo de iniciativas conducentes à sua expansão.

Poderá ser exemplo desse objectivo, a proposta do Prof. João Santos, do Instituto Superior de Comunicação Empresarial, que se ofereceu para organizar um núcleo da Associação em Lisboa.

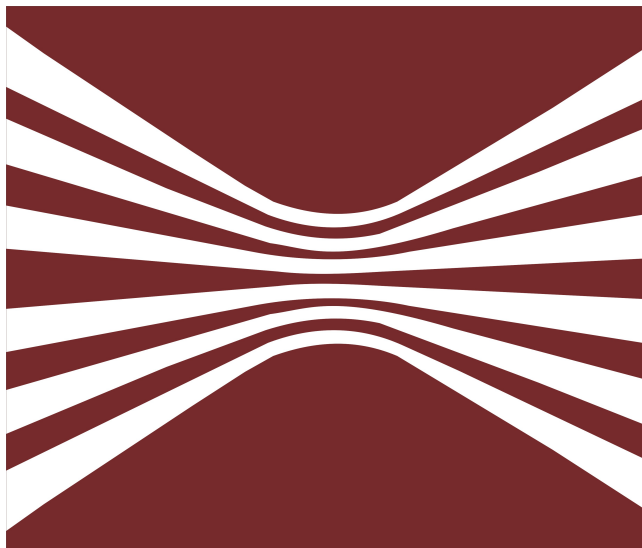
A projecção internacional da Associação não tem sido igualmente negligenciada e, logo numa fase embrionária, o Prof. Doutor Barquero Cabrero ofereceu protocolo com o INIR (International Institute of Public Relations Management and Business de que é vice-presidente) pelo que, já à partida, a ARPP se internacionalizará, com enormes benefícios para os sócios.

Paralelamente aos mailings enviados, optou-se por disponibilizar na Internet toda a informação possível, incluindo noticiário sintético mas abundante, actas das reuniões, fotografias, artigos, nomeadamente a totalidade do projecto dos Estatutos da ARPP, para conhecimento e sugestões dos futuros associados. Para consulta: www.ismai.pt/arpp.

Ao nível de identidade visual, o Presidente, Mestre Abílio da Fonseca, apresentou o projecto do emblema/logotipo que graficamente identifica a Associação, após a aprovação na Assembleia Geral:

desenhadas sobre um rectângulo de fundo castanho-salmão, linhas dinâmicas em branco, convergentes de um lado para o centro e deste divergentes, significando as informações recolhidas e recebidas pelo profissional, por ele devidamente tratadas e logo depois estrategicamente emitidas para os vários públicos.

ARPP



ASSOCIAÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DE PORTUGAL

A primeira actividade da ARPP consistiu no seu I Congresso Internacional de Relações Públicas, simultâneo ao IX Encontro de Relações Públicas do ISMAI, em Abril de 2002, subordinado ao tema Ciência, Prática e Associativismo em Relações Públicas. O evento, para além de ilustres e prestigiados palestrantes, nacional e internacionalmente, quer no âmbito académico, empresarial e de associações europeias congéneres, contou com a participação activa de alunos e licenciados na especialidade, para além de docentes e de profissionais.

Entretanto, existe algum trabalho concretizado já pela Comissão Instaladora – um contacto prévio com os associados, a elaboração dos Estatutos e correspondentes procedimentos conducentes à formação oficial da ARPP - e que importa agora serem prosseguidos pelos primeiros Corpos Sociais, recentemente eleitos.

Pessoalmente, agouro que o Projecto seja bem sucedido, nomeadamente se forem considerados quotidianamente os objectivos manifestos da ARPP, evidenciados nos seus estatutos:

- 1) Reconhecimento oficial da profissão e a creditação / credencialização dos relacionistas;
- 2) Promover e defender os interesses dos seus associados e, de uma forma geral, de todos os profissionais de Relações Públicas;
- 3) Promover e divulgar a imagem da profissão de Relações Públicas;
- 4) Estabelecer relações com o sector empresarial visando a integração dos profissionais de Relações Públicas nos seus quadros;

- 5) Apoiar e participar na organização de acções na área de Relações Públicas promovidas por outras entidades;
- 6) Promover a componente prática da aprendizagem ministrada nos cursos superiores de Relações Públicas, nomeadamente através de estágios, visitas e estudos de caso;
- 7) Criar e estabelecer relações com a comunidade e com a comunicação social;
- 8) Divulgar a actividade de Relações Públicas;
- 9) Informar sobre as políticas, acções e problemas que afectem o exercício da profissão e do ensino de Relações Públicas;
- 10) Cooperar com os estabelecimentos escolares que ministrem cursos de Relações Públicas, com vista à afirmação da qualidade do ensino de tal especialidade;
- 11) Criar e manter relações com associações ou outras instituições congéneres nacionais ou estrangeiras;
- 12) Promover publicações e realizações no âmbito das Relações Públicas.

Neste sentido, estou certa que a actual direcção da ARPP, que cumprirá um mandato de dois anos, privilegiará todos estes intentos, contando com a participação de todos os interessados. Por isso, não será demais sublinhar que a força desta Associação dependerá do dinamismo e da participação activa dos seus sócios. Não se justifica esperar um próxima oportunidade para se associar... Para que a ARPP conquiste notoriedade terá que se apresentar como uma Associação verdadeiramente representativa, com a qual os seus sócios se identifiquem. Todas as medidas a serem concretizadas terão maior ou menor repercussão social, em função do número de associados e da sua participação activa em todas as iniciativas.

Desta forma, esta comunicação, denunciando ligeiramente a situação actual da actividade de Relações Públicas e dos seus profissionais, em Portugal, procura também apresentar uma estrutura organizativa que objectivará reunir todos aqueles que se revêem nestas preocupações. Para isso, lançamos o desafio da adesão de todos os profissionais públicos.

Fontes:

Fonseca, Abílio da - *A necessidade do reconhecimento oficial da Profissão de Comunicador Institucional* – Comunicação assinalando o nascimento da ARPP - Associação de Relações Públicas de Portugal
www.ismai.pt/arpp