
História das Relações Públicas no Brasil: retrospectiva e aspectos relevantes *

Margarida M. Krohling Kunsch **

1. Relações Públicas no contexto da sociedade

PENSAR AS RELAÇÕES PÚBLICAS no Brasil nos leva a lembrar alguns fatos marcantes que se destacam na sua trajetória no país. Um dos primeiros aspectos a considerar diz respeito à necessidade de levarmos em conta a vinculação desta e de qualquer área do conhecimento e do mercado profissional com o contexto e a conjuntura vivida pela nação brasileira em diferentes momentos, períodos e décadas. Conforme nos ensina Chanlat (1996, p. 49), “Os contextos são os modos de leitura da situação. São as estruturas de interpretação, os esquemas cognitivos que cada pessoa possui e utiliza para compreender os acontecimentos que ocorrem e em particular o que nos interessa”. Portanto, a história das Relações Públicas no Brasil não é uma história neutra, está atrelada a uma conjuntura nacional, que, por conseguinte, sofre todas as influências, tanto social quanto global.

Com uma breve retrospectiva que faremos a seguir, veremos que é justamente nos períodos democráticos vividos pela sociedade brasileira que a área de Relações Públicas encontra maiores possibilidades para sua alavancagem e florescimento. Esta perspectiva é bastante presente na trajetória da vida do Prof. Walter Ramos Poyares.

2. Retrospectiva e os fatos que fizeram a história

- Surgimento e o pioneirismo da Lighth, em 1914 – Criação do Departamento de Relações Públicas, tendo como chefe Eduardo Pinheiro Lobo – “patrono da profissão”. Experiência que, apesar de pioneira, foi isolada, não ocorrendo maior crescimento nas três décadas seguintes.

*Palestra apresentada no Simpósio Acadêmico “50 anos de Relações Públicas nas Organizações Globo: a contribuição de Walter Ramos Poyares”, promovido pela Faculdade de Comunicação Social, do UNIFAM-FAAM Centro Universitário, no dia 25 de abril de 2002, em São Paulo (SP).

** Docente em Relações Públicas pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). E-mail: mkkunsch@usp.br

Décadas de 1940-1950

- A constituição Brasileira de 1946 – Democracia no país;
- Política industrial desenvolvimentista – Getúlio Vargas;
- Processo de industrialização e a vinda das empresas multinacionais – Juscelino Kubitschek de Oliveira;
- Desenvolvimento dos meios de comunicação – mídia impressa e eletrônica;
- Agência de Publicidade e Propaganda – crescimento do setor e os primeiros Departamentos de Relações Públicas;
- Institutos de Pesquisas: IBOPE e MARPLAN – estudos de audiência para conhecer os efeitos dos anúncios. As pesquisas eram voltadas para os interesses comerciais para subsidiar as decisões das empresas anunciantes;
- Grupo de Estudos no Instituto de administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e da Universidade de São Paulo (USP) – primeiros cursos especializados com conferencistas estrangeiros – Eric Carlson;
- Criação da Companhia Siderúrgica Nacional: 1951 – primeiro departamento de Relações Públicas com características de Identidade Nacional;
- Primeira empresa de Relações Públicas e Propaganda: 10/10/52 – Inácio Penteadado da Silva Teles e Romildo Fernandes – Cia. Nacional de Relações Públicas e Propaganda;
- Fundação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP): 1954 – Surgem os primeiros e efetivos departamentos de Relações Públicas nas empresas multinacionais e nas agências de Publicidade e Propaganda; o Jornalismo Empresarial começa a ganhar forças; surgem os boletins e os *house organs*.

Década de 1960

- Conjuntura política e a ditadura militar a partir de 1964 e as influências negativas para o reconhecimento social das Relações Públicas;
- Papel das Assessorias de Relações Públicas da Presidência da República – Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP): 1968 – Propaganda ideológica;

A história das Relações Públicas no Brasil demonstra que de fato houve tal influência. Bastaria citar a criação de departamentos e a publicação de guias e manuais dessa área nos ministérios das Forças Armadas. O brasileiro Thomas Skidmore (1988, p. 221) afirma:

MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH

Os homens do coronel Costa transformaram a AERP, que não conseguira decolar no governo Costa e Silva, na operação de Relações Públicas mais profissional que o Brasil já vira. Uma equipe de jornalistas, psicólogos e sociólogos decidia sobre os temas e o enfoque geral, depois contratava agências de propaganda para produzir documentários para TV e cinema, juntamente com matérias para os jornais. Certas frases de efeito davam bem a medida da filosofia que embasava a AERP: “Você constrói o Brasil”; “Ninguém segura este País!”; “Brasil, conte comigo!”. Um estudo de 116 *spots* contratados com 24 agências de propaganda mostrou que oitenta por cento exaltavam a importância do trabalho, o valor da educação e o papel construtivo das forças armadas. As mensagens, nas palavras do coronel Octavio, a fortalecer “uma saudável mentalidade de segurança nacional”, que é indispensável para a defesa da democracia e para a garantia do esforço coletivo com vistas ao desenvolvimento.

Acreditamos que a atuação agressiva dessa assessoria contribuiu para formar um conceito negativo da essência das Relações Públicas junto a formadores e multiplicadores de opinião, num período tão conturbado da vida nacional. Justamente nos meios intelectuais, artísticos, sindicais e da mídia é que a atividade da AERP passou a ser vista como suspeita e enganosa.

Na pesquisa que fizemos, houve quase um consenso na afirmação de que essa interferência do regime militar, tanto nos anos 60 (por meio da AERP) como nos anos 70 e 80 (por meio da AIRP – Assessoria de Imprensa e Relações Públicas, da ARP – Assessoria de Relações Públicas e da SECOM – Secretaria de Comunicação Social), cria equívocos sobre o papel das Relações Públicas na sociedade. Entre muitos outros depoimentos obtidos, dois são bastante ilustrativos:

Os militares que atuaram em Relações Públicas na área do Governo, por terem acesso direto e privilegiado aos dirigentes de empresas, passaram a estes a idéia de que a função representaria um “poder oculto” dentro de suas organizações. E tanto se a louvou que ela viria a banalizar-se, num desgaste sem precedente para nós.

O desenvolvimento na década de 60, como na de 70, ocorreu de uma práxis de convívio um tanto suspeito com o regime vigente. O crescimento das Relações Públicas deu-se principalmente em razão de dois fatos. Um, o de que a atividade era de interesse dos militares, a ponto de vários gerentes de relações públicas em grandes organizações, na época, terem sido militares. Outro, o de que a própria estratégia de Relações Públicas adotada a partir da gestão do General Médici virou um paradigma para todo o serviço público e se reproduziu até mesmo em algumas grandes empresas. Deriva daí a grande expansão desse mercado para os jornalistas, que passaram a ser contratados para a produção de trabalhos de nossa área. Isso levou a uma grande crise entre os profissionais de Relações Públicas. (Kunsch, 1997, p. 27)

- IV Congresso Mundial de Relações Públicas no Rio de Janeiro – 10 a 14 de outubro de 1967. Walter Ramos Poyares participou como membro da

comissão organizadora e conferencista do painel “Formação Profissional de Relações Públicas”;

- Regulamentação da profissão – Lei 5.377 de 11 de setembro de 1967, sob a égide do AI nº 5;
- 1º Curso Superior Relações Públicas Escola de Comunicações Culturais da USP – hoje ECA/USP;
- Jornalismo Empresarial;
- Criação da Associação Brasileira dos Editores de Jornais e Revistas de Empresas (ABERJE): 1967;
- Surgimento da Programação e Assessoria Editorial (PROAL): 1968.

Nesta mesma década, em 1961, Poyares criou e foi diretor do curso, em nível de pós-graduação, de Opinião Pública e Relações Públicas.

Década de 1970

- Atuação das Assessorias de Relações Públicas no governo federal: Assessoria Executiva de Relações Públicas (AERP), Assessoria de Imprensa e Relações Públicas (AIRP), Assessoria de Relações Públicas (ARP) e Secretaria de Comunicação Social (SECOM);
- Propaganda ideológica e aproveitamento de fatos políticos relevantes;
- Proliferação das escolas de comunicação e surgimento de novos cursos;
- Acomodação e euforia injustificada da categoria com a regulamentação da profissão.

Década de 1980

- Abertura política e transição democrática: grandes transformações no campo acadêmico e nas organizações;
- Criação do Prêmio Opinião Pública – CONRERP SP/PR;
- Campanha de valorização profissional e o VI Congresso Brasileiro de Relações Públicas em 1982 – Brasília, DF;
- Plano de Comunicação Social da Rodhia: 1985;
- Novas configurações e terminologias dos Departamentos de Relações Públicas – Comunicação Social;
- A dimensão comunitária – as primeiras experiências nas universidades;
- A ABERJE e suas mudanças Associação Brasileira de Comunicação Empresarial no Brasil.

Década de 1990

- Transformações geopolíticas mundiais e o fenômeno da globalização – o

- repensar a profissão;
- Internacionalização das empresas e assessorias de comunicação e Relações Públicas. Assessorias de imprensa se transformam em assessorias de comunicação;
- Terceirização dos serviços de Comunicação Empresarial e as possibilidades ampliadas para as Relações Públicas;
- A importância da comunicação no âmbito corporativo/institucional – O mercado e o papel das assessorias de comunicação, de imprensa e de Relações Públicas;
- As iniciativas do Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas e do Conselho Regional dos Profissionais de RP – de São Paulo e Paraná – Parlamento Nacional para revisão da regulamentação de profissão. Documento: “Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas”.

Início do Terceiro Milênio

- Relações Públicas na sociedade contemporânea: desafios e exigências;
- Fortalecimento e consolidação da área tanto no nível acadêmico e no mercado profissional. Crescimento de novos cursos;
- estágio avançado do mercado da Comunicação Organizacional no Brasil e novas exigências para uma crescente profissionalização e, pelas suas peculiaridades, cabe às Relações Públicas gerenciar essa comunicação;
- O Estado democrático. Nos regimes totalitários não há lugar para a prática da comunicação simétrica;
- Nova postura das organizações frente à sociedade, aos públicos e à opinião pública. Prestação de contas e responsabilidade social. Neste contexto, o Prof. Walter Ramos Poyares, no seu livro *Imagem pública: glória para uns e ruína para os outros* (1998), alerta para qual deve ser o papel das Relações Públicas e sua contribuição para a cidadania e a democracia. Conclama à participação ativa:

A formação de uma consciência participativa, traduzida na constituição e operação de entidades diversas, implica convocar os profissionais da mobilização social, conceito mais amplo da especialização profissional de Relações Públicas. Já se foi o tempo em que Relações Públicas serviam de biombo para candidatos a *socialites*. (Poyares, 1998, p. 171)

A globalização, a revolução tecnológica e a complexidade contemporânea irão exigir cada vez mais das organizações, mas sem perder a perspectiva de sua dimensão social e do cultivo dos valores democráticos.

O Professor Walter Ramos Poyares, ao defender esses valores democráticos e um Brasil com menos desigualdades sociais, propõe que,

Em muitos casos, os profissionais de RP poderiam agir como verdadeiros *ombudsmen*, canalizando a vontade do povo em causas por seu bem-estar. Tudo isso, porém, deveria obedecer à metodologia mais moderna de comunicação, pesquisa, avaliação, usando equipamento informatizado. Reconheço que há vários problemas a examinar na montagem de mecanismos de ação pelos profissionais de comunicação e RP. A meta a perseguir é o reequilíbrio da sociedade, a redução dessas disparatadas diferenças e desníveis. Refazendo-se o tecido social, estabiliza-se a democracia. Permite os companheiros que este profissional de longa vivência e algum acervo de realizações os convoque para a missão de despertar a consciência de cidadania e combater a deterioração crescente do caráter nacional.

Não podemos suportar mais a imagem de um país de espertos, corruptos e ladravazes. Os profissionais de RP são compreensão e podem, nessa qualidade, arregimentar para recoser esse tecido, em mil partes rompido, e através de milhares de pequenos movimentos ou organizações trabalhar fecundamente para a transformação em realidade dos fundamentos que definem o regime democrático brasileiro de direito: I. a soberania; II. A cidadania; III. A dignidade da pessoa humana; IV. Os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa; V. o pluralismo político. (Poyares, 1998, p. 175-176)

Referências bibliográficas

- CHANLAT, J.-F. *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996. Vol. 1.
- KUNSCH, M.M.K. *Relações públicas e modernidade*. São Paulo: Summus, 1997.
- POYARES, W.R. *Imagem pública: glória para uns e ruína para outros*. São Paulo: Globo, 1998.
- SKIDMORE, T.E. *Brasil: de Castelo a Tancredo - 1964-1985*. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1988.

Recebido em setembro de 2002.