UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – BACHARELADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA O CONSELHO REGIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS 6º REGIÃO

Goiânia, GO, junho de 2014

Paula Valquíria Torres de Melo Felipe

ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA O CONSELHO REGIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS 6º REGIÃO

Trabalho apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás, sob orientação da professora Ms. Lívia Marques Ferrari de Figueiredo

Goiânia, GO, junho de 2014

Paula Valquíria Torres de Melo Felipe

ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA O CONSELHO REGIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS 6º REGIÃO

Trabalho apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás, sob orientação da professora Ms. Lívia Marques Ferrari de Figueiredo

Aprovado em ____/____/_____

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Ms. Lívia Marques Ferrari Figueiredo

(Orientadora)

_____

Prof. Ms. Lutiana Casaroli

(Professora Convidada)

Dedico este trabalho ao meu filho Heitor,
Luz da minha vida

AGRADECIMENTOS

Motivação: a energia que nos impulsiona a determinadas ações. Eu poderia listar várias razões para depreender o esforço necessário para terminar esse projeto: financeiras – impulsionar minha carreira atual, me aventurar numa nova; sociais – finalizar um ciclo que começou no início da graduação; pessoais – provar a mim mesma que seria capaz. Mas nenhum destes foi tão forte, tão arrebatador quanto o apelo de dar um bom exemplo ao meu filho Heitor. Que ele olhe para essa realização e veja indícios de perseverança, esforço, resiliência e coragem. Meu mais profundo agradecimento é dele, por me fazer querer mais do que nunca ser uma pessoa melhor.

Mas não apenas eu dei um bom exemplo nessa jornada. Meu esposo, Herondino Neto, foi um modelo de compreensão, apoio, carinho, companheirismo e cuidado, e se sacrificou muito para que hoje eu estivesse escrevendo essas palavras. Só posso dizer que tenho um grande homem ao meu lado, compartilhando e se alegrando com essa vitória.

Aos meus amados pais, Juraci e Paulo, todas as honras possíveis, pois tudo o que conquistei até hoje foi pela base sólida que deles recebi, e nessa reta final, proveram mais uma vez uma ajuda preciosa no equilíbrio de todas as funções da minha vida. Sem eles não seria possível esse desfecho feliz.

À minha irmã Mirela, e a meus amigos Adam, Sarah e Thaís - correndo o risco de ser injusta, citarei apenas alguns, mas tento todos os dias provar o quanto valorizo os demais – por me fazerem sorrir e aliviar um pouco a tensão do cotidiano.

Meus agradecimentos à minha estimada orientadora, Prof. Ms. Lívia Marques Ferrari de Figueiredo, por todos os ensinamentos, pelas palavras de encorajamento, pela disponibilidade e principalmente por acreditar em mim e por abraçar a responsabilidade de me guiar nessa reta final. À coordenadora de curso, Prof. Ms. Lutiana Cassaroli, pela inestimável reunião de esforços e pela ajuda nesse semestre, para que fosse realmente o último da minha graduação.

No meu percurso acadêmico, fui agraciada com excelentes professores, e deixo meu sincero reconhecimento e respeito a todos pelos conhecimentos adquiridos, pelas reflexões, pelos bons momentos. Foi um curso desafiador, mas as recompensas foram à altura.

É comum a gente sonhar, eu sei, quando vem o entardecer
Pois eu também dei de sonhar um sonho lindo de morrer
Vejo um berço e nele eu me debruçar com o pranto a me correr
E assim chorando acalentar o filho que eu quero ter
Dorme, meu pequenininho, dorme que a noite já vem
Teu pai está muito sozinho de tanto amor que ele tem

De repente eu vejo se transformar num menino igual à mim
Que vem correndo me beijar quando eu chegar lá de onde eu vim
Um menino sempre a me perguntar um porque que não tem fim
Um filho a quem só queira bem e a quem só diga que sim
Dorme menino levado, dorme que a vida já vem
Teu pai está muito cansado de tanta dor que ele tem

Quando a vida enfim me quiser levar pelo tanto que me deu
Sentir-lhe a barba me roçar no derradeiro beijo seu
E ao sentir também sua mão vedar meu olhar dos olhos seus
Ouvir-lhe a voz a me embalar num acalanto de adeus
Dorme meu pai sem cuidado, dorme que ao entardecer
Teu filho sonha acordado, com o filho que ele quer ter.

(O filho que quero ter – Toquinho)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo traçar estratégias de Relações Públicas para aumentar o engajamento entre o CONRERP 6º Região e seus públicos. A consecução desse objetivo perpassa à realização dos objetivos específicos, assim elencados: 1)Elaborar o perfil organizacional do CONRERP; 2)Conhecer a história da organização dentro do contexto das Relações Públicas no Brasil; 3)Identificar os públicos de interesse da organização e 4)Conceber estratégias de Relações Públicas para a instituição. Para habilitar conhecimentos a essa discussão, foram utilizadas as metodologias de pesquisa bibliográfica, análise documental e análise de conteúdo. Desta forma, o trabalho tem como referência teórica os autores Pinho (2008),Kunsh (1997, 2003, 2009), Simões (1995), Andrade (1983) Farhat (2007)e Versic, Grunig e Grunig (1996). Após a reflexão sobre os temas Relações Públicas: história e conceitos; conceituação de públicos; planejamento estratégico e planejamento de Relações Públicas, proporcionada por essas leituras, foram propostas 12 ações visando o cumprimento do objetivo citado. Conclui-se com a reflexão sobre o exercício das Relações Públicas e sua conformação com a organização assistida.

ABSTRACT

The present study aims to trace Public Relations strategies to increase the engagement between *CONRERP 6º Região* and its publics. The achievement of this purpose passes through the realization of specific objectives, as listed: 1) Develop the organizational profile of CONRERP; 2) Understand the history of the organization in the Public Relations context in Brazil; 3) Identify the stakeholders of the organization and 4)Conceive Public Relations strategies for the institution. In order to enable knowledge to this discussion, the following methodology was explored: *bibliographic research, documental analysis* and *content analysis*. Therefore, this study has its theoretical background based on Pinho (2008),Kunsh (1997, 2003, 2009), Simões (1995), Andrade (1983), Farhat (2007) and Versic, Grunig & Grunig (1996). After the considerations about the Public Relations themes: history and concepts; concepts of publics; strategic planning and Public Relations planning, presented by these lectures, 12 actions were proposed concerning the fulfillment of the aforementioned goal. The work concludes with the reflections about the performance of Public Relations and its adjustment to the assisted organization.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Processo de Relações Públicas, de acordo com Andrade (1962, p. 91-101) 22
Figura 02: Etapas do planejamento estratégico, conforme enunciado por Chiavenato 26
Figura 03: Modelo stakeholder de Chiavenato 35
Figura 04: Desenvolvimento de uma análise, de acordo com Bardin 46
Figura 05: Logomarca Conrerp 6º Região, com escala cromática 58
Figura 06: Captura de tela da homepage do Conrerp 6º Região.....59
Figura 07: Boletim Conrerp 6º Região – Dia das Relações Públicas 60
Figura 08: Boletim eletrônico 64
Figura 09: Captura de tela da página inicial do site do Conrerp 6° Região, de 05 de dezembro de 2012, obtida através da aplicação on-line Wayback Machine.....64
Figura 10: Página inicial do site do Conrerp 1º Região 65
Figura 11: Página inicial do site do Conrerp 2º Região 65
Figura 12: Página inicial do site do Conrerp 3º Região 66
Figura 13: Página inicial do site do Conrerp 4º Região 66
Figura 14: Página inicial do site do Conrerp 5º Região 67
Figura 15: Página do Conrerp 6º Região na rede social twitter.....70

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Significados do termo Relações Públicas, de acordo com Simões (1995, p. 45 – 47).....21
Quadro 02: Funções de Relações Públicas, de acordo com Kunsch (2003, p. 100 – 117).....24
Quadro 03: Demonstrativo de tipos, objetivos, prioridade, expectativas e resultados de relacionamento das organizações com os públicos, de acordo com França.....36
Quadro 04: Tabulação do Conjunto categorial "Entrevista".....49
Quadro 05: Missão, visão e valores do Conrerp 6º Região.....56
Quadro 06: Demonstrativo de tipos, objetivos, prioridade, expectativas e resultados de relacionamento das organizações com os públicos.....73
Quadro 07: Orçamento da ação 04 - Contatos individuais para regularização de registros irregulares.....80
Quadro 08: Orçamento da ação 12 – Solenidade de inauguração da delegacia do Conrerp 6º Região em Goiás.....89
Quadro 09: Cronograma.....89
Quadro 10: Orçamento geral.....90

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Distribuição de profissionais registrados do Conrerp 6º Região em sua jurisdição.....61

Gráfico 02: Situação de registro no Conrerp 6º Região em 07/06/2014.....62

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 13
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 16
1.1 Relações Públicas no Brasil 16
1.1.1 A história das Relações Públicas no Brasil 16
1.1.2 O progresso conceitual de Relações Públicas 20
1.2 Planejamento estratégico e de Relações Públicas 24
1.3 Estudo de Públicos 32
2. **METODOLOGIA** 39
2.1 Formulação do problema 39
2.2 Definição dos objetivos 40
2.2.1 Objetivo Geral 41
2.2.2 Objetivos específicos 41
2.3 Tipos de pesquisa utilizados 41
2.3.1 Pesquisa bibliográfica 42
2.3.2 Análise documental 43
2.3.3 Análise de conteúdo 44
3. **PLANO ESTRATÉGICO** 51
3.1 Briefing 51
3.1.1 Dados institucionais 51
3.1.2 Histórico 52
3.1.3 Organograma principal 53
3.1.4 Estrutura Organizacional 55
3.1.5 Princípios operacionais 55
3.1.6 Símbolo organizacional 56
3.1.7 Cultura organizacional 58
3.1.8 Públicos de interesse 60
3.1.9 Meios de comunicação utilizados 63
3.2 Diagnóstico 71
3.3 Estratégias de Relações Públicas 72
3.3.1 Título da Atividade 73
3.3.2 Públicos do Planejamento 73
3.4 Estratégias 74

3.5 Plano de ações.....74
3.6 Cronograma 89
3.7 Orçamento geral.....90
CONCLUSÃO 91
REFERÊNCIAS.....92
APÊNDICES 94
ANEXOS 105

INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso tem como tema estratégias de Relações Públicas para o Conselho Regional de Relações Públicas – CONRERP 6º Região, integrante do sistema CONFERP – Conselho Federal de Relações Públicas. Seu objetivo geral é “traçar estratégias de Relações Públicas para aumentar o engajamento entre o CONRERP 6º Região e seus públicos”.

Para que houvessem entendimentos suficientes à consecução desse objetivo, recorreu-se a teoria, acerca dos conceitos centrais delimitados como relativos aos desdobramentos dessa pesquisa, quais foram: 1) Relações Públicas – história e conceitos; 2) Conceituação de públicos; 3) Planejamento estratégico e 4)Planejamento de Relações Públicas. Sobre essas definições, discorreram os autores Pinho (2008),Kunsh (1997, 2003, 2009), Simões (1995), Andrade (1983) e Versic, Grunig e Grunig (1996), cujas obras consultadas nesse projeto enriqueceram o percurso de reflexões e discussões até o alcance do produto final.

Desta forma, no primeiro capítulo, é desvendado um panorama das Relações Públicas no Brasil, apresentando-se sua história, de acordo com Pinho (2006) e Kunsch (1997, 2003) e os principais conceitos elaborados por pesquisadores brasileiros, como Simões (1995), Kunsch (1997, 2003) e Andrade (1962).

Em seguida, pretende-se conhecer as bases do planejamento estratégico e de Relações Públicas, para o qual se usam as colocações de Chiavenato (2007), Versic, Grunig e Grunig (1996) e Kunsch (2003,2007, 2009), comparando as teorias administrativas e de Relações Públicas.

O capítulo finaliza com as diversas conceituações de público, mostrando a evolução do pensamento dos pesquisadores Kunsch (2009), Fortes (2003), Chiavenato (2007) e França (2009).

Se tratando de um projeto experimental, pautou-se por diversas considerações teóricas para possibilitar o arranjo de um diagnóstico da organização, que por sua vez resultou na proposição de estratégias e ações de Relações Públicas consoantes com as descobertas reveladas nessa análise. Todo esse trabalho porém, precisa se orientar por um conjunto de técnicas que validem seus resultados, e para isso foram adotadas, conforme capítulo 02, as metodologias de *pesquisa*

bibliográfica para apuração das principais linhas de pensamento que refletem os conceitos apontados como essenciais à compreensão do problema de pesquisa e ao atingimento dos objetivos específicos; a *análise documental* para coleta de evidências sobre a organização e seu funcionamento; e *análise de conteúdo*, para examinar a fundo duas entrevistas qualitativas de perguntas abertas aplicadas a membros do CONFERP / CONRERP.

A pesquisa bibliográfica , de acordo com Lakatos e Marconi (2003, p.158)

> (...) é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações.

Desta forma, optou-se por esse método para constituir uma fundamentação que amparasse os conceitos e ideias concernentes a essa pesquisa, através de diversos autores conceituados, já firmados no meio acadêmico, seguindo-se os passos sugeridos por Gil (2010) para melhor aproveitamento desses dados.

Já a análise documental elabora sua análise a partir de fontes primárias de documentos, escritos ou não, que exigirão, para a produção científica, uma análise apurada para dele se extrair conhecimentos. (TOZONI-REIS, 2009)

O método de Análise de Conteúdo, conforme proposto por Bardin, procura validar o entendimento individual do pesquisador através da sistematização dos temas principais de uma composição qualitativa, aprofundando-o por naturalmente impulsionar o cientista a esquadrinhar seu material, revelando numa leitura mais meticulosa maiores complexidades e possibilidades interpretativas. Essa realização é possível através da observância de 03 fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A utilização dessa metodologia levou a produção de conhecimentos apresentada nessa proposta, dividida em três capítulos. O primeiro, apresenta a fundamentação teórica, o segundo, detalha a metodologia e o terceiro culmina com a elaboração do produto final - estratégias de Relações Públicas para o Conrerp 6º Região.

O último capítulo apresenta o produto final da pesquisa, ao aplicar todos os conhecimentos adquiridos nos capítulos anteriores para traçar o plano estratégico. Dessa forma, procede-se a definição do briefing, listando os principais aspectos da organização - *histórico, organograma principal, estrutura organizacional,*

princípios operacionais, símbolo organizacional, cultural organizacional, públicos de interesse e *meios de comunicação utilizados* pela organização. Após detalhar esses dados, é elaborado um diagnóstico, com objetivo de levantar as necessidades primordiais a serem tratadas na comunicação entre o Conrerp e os seus públicos. A partir dessa identificação, são elaboradas quatro estratégias que se desdobram em 12 ações, com foco nos públicos que mais precisam de atenção pela organização.

Conclui-se este projeto com a reflexão sobre a necessidade de, no exercício das Relações Públicas, o profissional adequar sua técnica à organização trabalhada para que seu exercício seja pleno e maximize os resultados dos esforços comunicacionais.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Relações Públicas no Brasil

Embora na área de ciências sociais aplicadas existam elementos que interliguem e solidifiquem o escopo de conhecimentos produzidos, as regionalidades dão diferentes tons à produção científica e ao exercício profissional em cada país, e no caso de um Estado de dimensões continentais como é o caso do Brasil, ate mesmo entre as unidades federativas poderá haver contrastes.

Para compreender as particularidades dos conselhos de classe de Relações Públicas no Brasil, é mister haver familiaridade com a forma na qual a área se desenvolveu no país, tanto no campo teórico, através da conceituação dos principais pensadores nacionais da atividade, como profissionalmente, visto que essas singularidades, dentre outras, permeiam a cultura do exercício profissional brasileiro – objeto de atuação dos CONRERP.

Este capítulo abordará brevemente a história das Relações Públicas no Brasil, e em sua segunda parte conceitos de Relações Públicas elaborados pelos autores de maior expressão no país, que tem sido referência na formação dos profissionais atuais.

1.1.1 A história das Relações Públicas no Brasil

Mais do que enumerar fatos históricos, o objetivo desse tópico é realizar uma análise crítica de como o desenrolar dos eventos do surgimento e desenvolvimento das Relações Públicas no Brasil influem ainda hoje no exercício profissional. Assim, serão expostos apenas os acontecimentos julgados de maior representatividade dentro desse universo de investigação.

Dada a amplitude das Relações Públicas e as possibilidades de enquadramento de determinadas ações e comportamentos que podem ser designados como “Relações Públicas”, é convencionado por vários autores que o surgimento internacional das Relações Públicas enquanto profissão se deu nos Estados Unidos, com a criação do escritório mundial de Relações Públicas de Ivy Lee, em 1906. O cenário que tornou necessário, senão urgente, a concepção de uma atividade específica de Relações Públicas dentro das corporações foram os

desdobramentos turbulentos entre os monopólios industriais e seus funcionários, que se iniciaram na industrialização do país no século XIX. (PINHO,2006)

Enquanto nos Estados Unidos, berço das Relações Públicas, seu despertar se deu na necessidade da mediação de conflitos entre instituições e seus empregados, no Brasil ela foi motivada principalmente pela necessidade das multinacionais, já um pouco mais familiarizadas com os departamentos de comunicação e suas funções, de se aproximar de outro público: o mercado nativo, com todas as suas particularidades e vicissitudes.

Desta forma, o surgimento das Relações Públicas no país tem como marco de instituição a criação do departamento de Relações Públicas da canadense *The Tramway Light and Power Company Limited* (atual Eletricidade de São Paulo SA), em 1914, na figura de Eduardo Pinheiro Lobo, patrono das Relações Públicas no país (KUNSCH, 1997).

No entanto foi somente em 1953 que o país foi ter seu primeiro curso regular de Relações Públicas, ministrado na Escola de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas, do Rio de Janeiro - RJ. Essa iniciativa, após quase quatro décadas de lançado o marco fundamental da profissão no país, reuniu não só professores estrangeiros como profissionais de várias partes do Estado, e possibilitou a discussão da sistematização de conhecimentos nacionais de Relações Públicas, bem como da valorização da atividade no Brasil (KUNSCH,1997). Ora, em um período tão extenso de tempo e de efetiva operação de departamentos e agências de Relações Públicas no país, muito havia para se refletir sobre a prática no Brasil.

Essa oportunidade gerou, em 1954, a ABRP – Associação Brasileira de Relações Públicas, com sua primeira sede em São Paulo. Conforme a mesma:

> Há quase seis décadas, a Associação Brasileira de Relações Públicas, São Paulo é ponto de encontro, de reunião e debate entre profissionais, professores, estudantes com o mercado, interessados no desenvolvimento pessoal e do campo da comunicação e das Relações Públicas. Em 1954, 27 profissionais que já atuavam e tinham como vocação pessoal e empírica a comunicação se articularam para criar esta entidade, vislumbrando um ambiente em que a comunicação e seus profissionais precisariam se relacionar, se conhecerem, trocarem ideias e divulgar o trabalho de Relações Públicas. Quando ainda não existia a profissão regulamentada de Relações Públicas (que só surgiu em 1967) tampouco os cursos de graduação (o primeiro foi criado em 1966) a ABRP-SP já reunia os primeiros colegas dedicados às Relações Públicas, sendo um dos ambientes para que o pensamento técnico e científico deste campo começasse a formar massa crítica e caminhar para a institucionalização do seu campo de ação, no fazer saber (conhecimento) e do saber fazer (técnica). (ABRP, [201?])

Essa associação teve papel considerável em outro importante (e polêmico) marco da profissão: a regulamentação da profissão, pois se propôs a debater seus parâmetros, revisando os textos antes da aprovação da lei (KUNSCH, 1997). Assim, através emissão da Lei n° 5.377, de 11 de dezembro de 1967, regulamentada em 26 de setembro de 1968 e aprovada no mesmo dia pelo decreto-lei n° 63.283 destacam-se as seguintes diretrizes para exercício da atividade no Brasil:

- A designação profissional de Relações Públicas passa a ser privativa àqueles detentores de diploma de curso superior reconhecido pelo Conselho Federal de Educação;
- Serão atividades exclusivas desses profissionais, de acordo com o decreto-lei n° 63.283 (1968):

> a) à orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de Relações Públicas;
> b) à promoção de maior integração da instituição na comunidade;
> c) à informação e a orientação da opinião sobre objetivos elevados de uma instituição;
> d) ao assessoramento na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública;
> e) ao planejamento e execução de campanhas de opinião pública;
> f) à consultoria externa de Relações Públicas junto a dirigentes de instituições;
> g) ao ensino de disciplinas específicas ou de técnicas de Relações Públicas, oficialmente estabelecido.

Como citado anteriormente, a questão da regulamentação da profissão foi –e ainda hoje é – polêmica, sendo alvo de discussões infindáveis e inconclusivas sobre o real benefício para a consolidação da jovem atividade no Brasil. Conforme citado anteriormente, o primeiro curso superior de Relações Públicas surgiu em 1966, apenas um ano antes da promulgação da lei; além disso, os objetos citados como atividade de Relações Públicas não demonstram de forma fidedigna o exercício profissional, dificultando a familiarização da sociedade com a atividade. Por que então foi celebrada?

De acordo com Kunsch (1997), foi principalmente um reflexo do momento político que o país vivia na época: o governo militar, cuja política incluía controlar e dominar os meios de comunicação, como parte de um regime autoritário. Logo, o Estado passou a utilizar-se das competências da profissão como forma de reforçar seu poder político. Uma contribuição para a construção da má reputação da

profissão foi a ideia de que a função representaria um “poder oculto” pairando sobre os negócios. Explica Kunsch:

> Os militares que atuaram em Relações Públicas na área do governo, por terem acesso privilegiado aos dirigentes das empresas, passaram a estes a ideia de que a função representaria um “poder oculto” dentro de suas organizações. E tanto se a louvou que ela viria a se banalizar, em um desgaste sem precedente para nós. (KUNSCH, 1997, p.27)

Nesse período, as ações de Relações Públicas ficaram impossibilitadas de atingir sua plenitude, pois a disseminação de informações ficou seriamente comprometida, com a publicação no mesmo ano do Ato Institucional 5. Baldisera e Sólio (2008, p.62) citam o depoimento de Vera Giangrande, um dos pilares das Relações Públicas no Brasil, que relembra:

> Quando você vive um momento de exceção […], em que os governos eram governos de força, não há grande interesse em se ter um relacionamento harmonioso, porque o relacionamento é de força, é imposto de cima para baixo. Não há grande interesse de compreensão, de harmonização, porque ou obedece ou vai preso” (apud KUNSCH, 1989).

Não é de se admirar que a profissão tenha sofrido um vislumbre de desconfiança por parte tanto do empresariado como da sociedade, uma imagem da qual tenta se recuperar até hoje.

Para atender a demanda criada pela reserva de mercado propiciada por esta lei, proliferaram os cursos de graduação em Relações Públicas. Conforme Kunsch

> Na década de 1970, há um crescimento exagerado ou uma proliferação dos cursos de comunicação, sem uma base estrutural para tanto... Como se pode deduzir, a implantação inconsequente dos cursos de Relações Públicas no Brasil, a partir da década de 1970, se caracterizou pela improvisação e pela falta de critérios institucionais adequados que assegurassem qualidade de ensino e sintonia com as demandas sociais e do mercado profissional. Até porque as atividades profissionais ainda não estavam consolidadas e a área em si estava em fase de desenvolvimento num período atípico quanto aos ideais democráticos da sociedade brasileira. As Relações Públicas só podem atuar de forma plena onde reina a democracia, a liberdade de expressão e o debate público. Sem participação dos públicos e da opinião pública, é muito difícil promover a comunicação simétrica e buscar o equilíbrio de interesses entre as organizações e os públicos (KUNSCH, 2003, p.48-49).

Ainda nessa década, através do decreto federal nº 68.582, de 4 de maio de 1971, foram constituídos os Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas - CFPRP e CRPRP, com objetivo de coordenar, fiscalizar e disciplinar o exercício da profissão de Relações Públicas no país. É

nesse cenário, com todas as conjunturas criadas no desenvolvimento das Relações Públicas no Brasil, conforme relatado, que os conselhos regionais assumem suas funções, e também o desafio de gerenciar os rumos que a profissão tem tomado desde então.

1.1.2 O progresso conceitual de Relações Públicas

Conceituar as Relações Públicas tem sido árdua tarefa para os pesquisadores no Brasil. A própria história mostrou que a prática precedeu a teoria, e desde então abstrair um conceito que englobe as diversas faces das Relações Públicas – o termo Relações Públicas é polissêmico e pode ser empregado para designar o profissional, a profissão, o processo, a atividade, a função e o cargo – tem sido uma missão para os cientistas da área. Longe de tentar esgotar as possibilidades que expliquem o termo, o objetivo desse ponto será discutir como o termo vem sendo analisado, entendido e ensinado, para dar uma pista da mentalidade dos envolvidos com a área.

Uma das definições mais estudadas de Relações Públicas é a de Roberto Porto Simões, em seu livro “Relações Públicas: função política” (1995), que tem como proposta a criação de uma teoria de Relações Públicas consistente na qual se estabeleça uma dialética entre os fundamentos lecionados nas universidades e a prática de mercado. Para isso, se propõe a efetuar um encadeamento lógico de deduções entre as ideias já existentes e também reflete as mesmas para ampliá-las. No arcabouço básico da rede teórica apresentado no início de seu livro, apresenta as seguintes definições para a ciência e a atividade de Relações Públicas:

> Como ciência, as Relações Públicas abarca o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos. Como atividade, Relações Públicas é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional, enfocado através do processo de comunicação da organização com seus públicos. (SIMÕES, 1995, P.42)

Em seguida, dedica todo um capítulo a discorrer sobre a polissemia do termo, resumido no quadro a seguir.

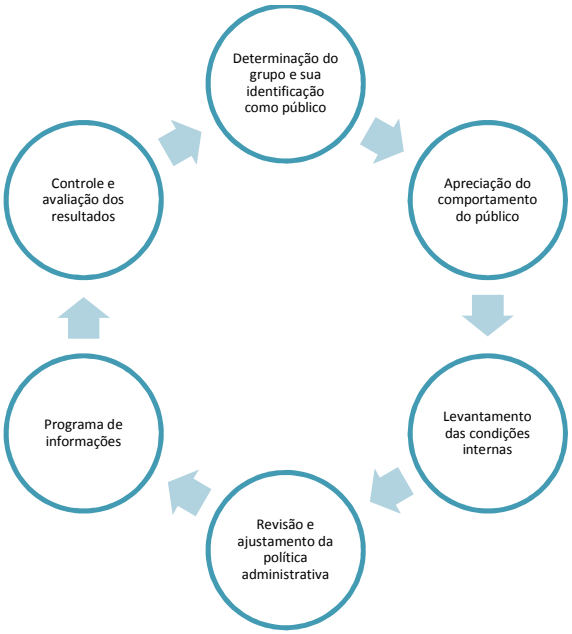
Quadro 01 – significados do termo Relações Públicas de acordo com Simões (1995, p. 45 – 47)

Termo	Significado
Processo	Caracteriza-se pelo sistema social pluridimensional no qual as organizações se inserem desde sua concepção, e que servem de palco para as diversas relações que podem se estabelecer entre organização-público.
Função	Engloba o subsistema que compreende a filosofia, as políticas, as normas e as atividades organizacionais no trato de interesses comuns e específicos com os vários públicos que pode ou não legitimar o poder decisório da organização, de acordo com a eficácia de seu exercício.
Atividade	Administração da função organizacional, que envolverá o uso de um ambiente físico, com materiais e pessoal, com a finalidade de gerenciar a comunicação com os públicos.
Cargo	O espaço ocupado na estrutura da organização (organograma) – o designativo da atividade desempenhada na instituição
Profissional	A ocupação do especialista em desempenhar as atividades de mediação entre os públicos.
Profissão	O reconhecimento e a legalização profissional da atividade que designa uma classe econômica

Fonte: a autora

Já a primeira publicação específica do tema no Brasil foi o livro “Para entender Relações Públicas”, de Candido Teobaldo de Sousa Andrade, publicado em 1962. (Kunsch, 1997) Nesse livro, o autor caminha na primeira conceituação de Relações Públicas, ligado principalmente à exposição da práxis, apresentando o processo de Relações Públicas. A partir de suas considerações, tem-se o seguinte fluxograma, ordenado, conforme explicitado pelo mesmo, em ordem lógica, embora seu exercício não necessite cronologicamente ocorrer dessa maneira:

Figura 01: Processo de Relações Públicas, de acordo com Andrade (1962, p. 91-101)



Fonte: a autora

Elucidando cada etapa do processo, a primeira fase diz respeito a delimitar quais os públicos de influência na organização, entendendo público como

> (...) um grupamento espontâneo, constituído de pessoas, encarando uma controvérsia ou interesse, com ideias divididas quanto a solução ou medidas a serem tomadas, com oportunidade para discutir e emitir sua opinião, mediante interação pessoal ou uso de veículos de comunicação. (ANDRADE, 1962,p.91)

A segunda corresponderá a conhecer esse público, identificando "(...) as atitudes, as opiniões, os desejos, as frustrações e as aspirações desses grupos (...)" (ANDRADE, 1962, p. 93) com objetivo principal de apreender seu comportamento e suas atitudes e reações frente à organização.

Após delimitar e conhecer os públicos, a fase seguinte se ocupará da dimensão interna da organização, investigando a razão de ser da organização e os motivos que levam seus públicos a reagirem com interesse ou apatia às suas ações (ANDRADE, 1962).

Após esse diagnóstico inicial, passa-se na fase 4°a projetar táticas para conservar e aprimorar as respostas positivas e ajustar as atitudes geradoras de réplicas negativas (ANDRADE, 1962). Assim,

> Cabe ao homem de RRPP, aconselhar as inovações e as retificações a serem feitas na política geral e nas programações da organização, visando obter o máximo de aprovação pública. Ainda nessa etapa, é de competência de Relações Públicas estudar e sugerir medidas no tocante a um melhor

> atendimento do público, quer diga respeito ao elemento humano, quer se refira às instalações, equipamentos e localização da organização.(...) É preciso que haja uma disposição ordenada de toda a organização no sentido de promover a unidade de consecução de seus propósitos. E grande parte dessa coordenação é de responsabilidade direta e imediata do homem de RRPP. (ANDRADE, 1962, p.95)

A fase seguinte pretende policiar a adequação das mensagens a seus interlocutores, através do uso correto da linguagem e do meio escolhido. Andrade (1962, p. 99) enumera quesitos para a escolha do veículo de comunicação, que com a devida licença e abstração servem também para nortear os demais aspectos comunicacionais, quais são: 1) seleção do público a ser atingido; 2) distinção do tipo de organização; 3) percepção da comunidade onde a organização se localiza; 4) verificação da aceitação natural de certos veículos de comunicação; 5) indagação do grau de penetrabilidade dos veículos de comunicação.

Por ultimo, é realizado o reconhecimento do nível de êxito das ações executadas, não só averiguando o desfecho mas também avaliando as demais etapas quanto a sua eficiência e eficácia, procurando sempre atingir a excelência comunicacional. (ANDRADE, 1962)

A temática de Relações Públicas também é amplamente discutida por Margarida Maria Krohling Kunsch, um dos nomes mais atuantes e influentes no meio acadêmico brasileiro. A autora faz uma importante diferenciação entre Relações Públicas e marketing, expondo a distinção do foco dessas atividades. Enquanto que o marketing foca seus esforços no mercado, produto ou serviço, as Relações Públicas tem ênfase no lado institucional e corporativo das organizações. (KUNSCH, 2003)

A autora concebe que a atividade de Relações Públicas consiste em 1) identificar os públicos; 2) reconhecer suas reações e percepções; 3) desenvolver estratégias de relacionamento de acordo com as demandas diagnisticadas; 4) Articular e supervisionar os programas de comunicação com os públicos; 5) Antevêm e manejam conflitos e crises com os públicos. (KUNSCH, 2003). Nesse rol de afazeres, dá ênfase na interdisciplinariedade e aponta quatro funções de Relações Públicas, que atuam de forma simultânea e ao mesmo tempo sobreposta, sobressaindo-se de acordo com a situação empregada.

Quadro 02 – Funções de Relações Públicas, de acordo com Kunsch (2003, p. 100 – 117)

Função	Características
Administrativa	Representa as Relações Públicas como um dos subsistemas organizacionais, na busca pela criação e manutenção de relações confiantes ou formas de credibilidade entre as instituições e seus públicos. Para isso, utiliza-se de tempo, pesquisas, auditorias, diagnósticos, planejamento, participação programada, implementação e avaliação de resultados.
Estratégica	Tem como alvo auxiliar a organização a atingir seus objetivos e metas, contribuindo para o posicionamento da mesma perante a sociedade, demonstrando sua missão, visão e propagando seus valores, bem como elaborando uma identidade própria e uma imagem de futuro.
Mediadora	Visa intermediar a comunicação entre a organização e sua diversidade de públicos, a opinião pública e a sociedade em geral, pretendendo estabelecer uma via de intercâmbio de informações com equilíbrio entre os interesses dos envolvidos.
Política	Lidar com as relações de poder dentro das organizações e com a administração de controvérsias, confrontações, crises e conflitos sociais que acontecem no ambiente do qual fazem parte.

Fonte: a autora

1.2 Planejamento estratégico e de Relações Públicas

Em nível institucional ocorrem diversos esforços de planejamento, englobando todas as esferas da organização, para lidar com seus públicos nos diferentes cenários complexos, dinâmicos, versáteis e imprevisíveis no qual possam se deparar no decorrer de sua operação. Essa disposição, conhecida como planejamento estratégico, é o assunto deste capítulo, que demonstrará como as

Relações Públicas têm papel vital para garantir que sua elaboração seja mais abrangente e coesa ao incluir um plano também para a comunicação.

Teorizando a respeito da atividade de planejamento, Chiavenato (2007) enfoca sua importância ao frisar:

> No fundo, planejamento é uma técnica para permitir maior consistência no desempenho das organizações. Aliás, o planejamento envolve várias formas de lidar com a mudança e com a incerteza que ela traz consigo. (...) É importante que o administrador pondere continuamente os custos e benefícios associados aos diferentes graus de planejamento enquanto estiver lidando com a mudança ou criando a mudança. Como vivemos numa época de mudança e descontinuidade, as organizações tem de ajustar-se continuamente, e se possível, antecipar-se as mudanças. (CHIAVENATO, 2007, p.138-139)

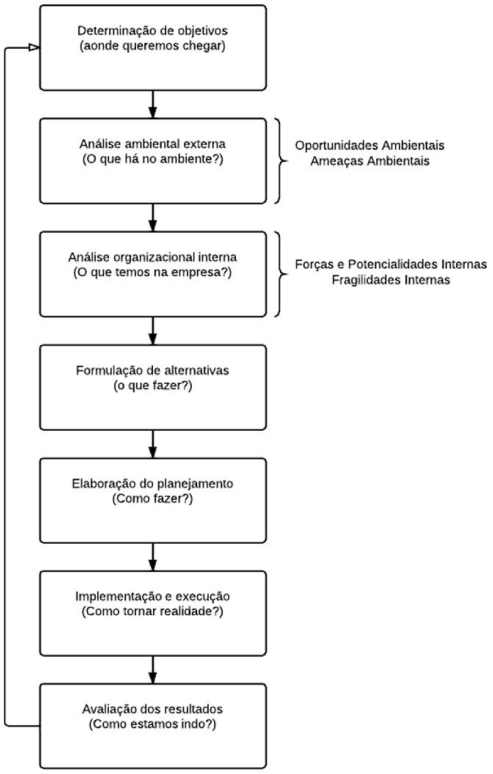
Dessa forma, planejar será traçar objetivos e escolher previamente o curso de ações para alcançá-los da forma mais eficiente e eficaz. O planejamento estratégico se situa no primeiro nível de planejamento de uma organização, visto que é *orientado para o longo prazo*, *compreende a empresa de forma integral, é efetuado pela alta direção* e busca em essência a *excelência organizacional*. (CHIAVENATO, 2007)

A atividade de Relações Públicas, conforme abordado por diversos autores e examinado no item anterior, tem em seu cerne a diligência estratégica, ao elaborar diretrizes, orientações e estratégias para a comunicação organizacional. (KUNSCH, 2003)

Dessa forma, é possível delinear um paralelo entre o macro planejamento estratégico da organização e o planejamento tático-estratégico de comunicação, alinhavando essas possibilidades com o conceito de comunicação integrada. Convém salientar que esses planejamentos não são distantes entre si e muito menos excludentes, mas sim fazem parte de um conjunto holístico e sinergístico, no qual o todo é maior que as partes que o compõem.

Para a execução do planejamento estratégico, exige-se sete etapas, propostas por Chiavenato, a saber: 1) determinação dos objetivos; 2) analise ambiental externa;3) analise organizacional interna; 4) formulação de alternativas; 5)elaboração do planejamento; 6)implementação e execução; 7) avaliação dos resultados; etapas estas expostas na figura 02.

Figura 02: etapas do planejamento estratégico, conforme enunciado por Chiavenato



Fonte: Chiavenato, (2007, p. 143)

A seguir será dada breve explanação sobre cada um desses itens.

1- **Determinação dos objetivos**: os objetivos institucionais clarificam a razão de ser da empresa, justificando sua razão de existir (CHIAVENATO, 2007). Ao se deparar com essa necessidade de sustentar a finalidade da organização, deve-se questionar a quem essa indicação interessa. Nesse momento, define-se os públicos de interesse das organizações (*stakeholders*).

2- **Análise ambiental externa**: visa conhecer o ambiente geral e os fatores que influenciam todas as organizações sem discrição, como fatores tecnológicos, políticos, econômicos, legais, sociais, demográficos e ecológicos. Além destes, implica também em conhecer seus consumidores ou usuários, fornecedores de recursos, concorrentes e regulamentadores no nicho que atua, posto que estes também influem na obtenção dos resultados almejados no planejamento empresarial (CHIAVENATO,2007).

3- **Análise ambiental interna**: constitui a necessidade de se investigar a atual situação da organização, a fim de saber se o desejado nos objetivos pode ser alcançado utilizando-se dos recursos disponíveis e também o atual comportamento da empresa e o comportamento desejado para o futuro. Assim, faz-se o diagnóstico dos recursos financeiros, físicos, humanos e dos sistemas organizacionais, identificando competências atuais e potenciais, cultura organizacional e o valioso capital humano. (CHIAVENATO,2007).

4- **Formulação de alternativas**: com base nas informações obtidas nas etapas anteriores, a empresa possui parâmetros que a auxiliam a observar em que ponto de seu planejamento se encontra, e a permite delinear agora aonde deseja chegar. Essa fase, ainda situada num campo conceitual, se destina a definir qual o tipo de estratégia será utilizada: uma estratégia *defensiva* – que busca conservar o estado atual, assumindo uma postura passiva; ou uma estratégia *ofensiva* – na qual se assumirá uma postura ativa, visando a modificação do status atual. (CHIAVENATO,2007).

5- **Elaboração do planejamento**: trata-se da parte operacional do planejamento. Já sabendo *onde se está* e *aonde se quer chegar*, determina-se o *como* chegar. Para um planejamento operacional eficaz é importante se atentar para o componente *temporal* – orientado para o longo prazo e *participativo* – no qual os canais de comunicação permanecem abertos a colaboração de todos os níveis da organização, de forma sinérgica. (CHIAVENATO,2007).

6- **Implementação e execução**: Consiste em colocar em prática as técnicas apontadas na elaboração do planejamento. Para seu sucesso é fundamental 1) a *participação das pessoas*; 2) a *comunicação intensiva*; 3) a *preparação prévia* dos envolvidos; 4) o *reforço contínuo*; 5) a *avaliação sistemática*; e a 6) *recompensa por resultados*. (CHIAVENATO,2007).

7- **Avaliação dos resultados**: Essa etapa, embora enumerada como a última, não deve ser deixada para o final da execução das demais. A intenção é que a mesma seja um processo contínuo, no qual existam meios de retroação para corrigir e

aprimorar falhas e potencializar os acertos, de forma a atingir a excelência na execução de todas as etapas do planejamento estratégico. (CHIAVENATO,2007).

Ao resgatar essa lógica de planejamento para as Relações Públicas e aplicá-las para que suas ações tornem no resultado desejado, podem-se observar os Nove Princípios Genéricos de Relações Públicas, propostos por Dejan Vercic, Larissa Grunig e James Grunig, que envolvem considerações globais acerca do exercício das Relações Públicas em todo o mundo, ao passo que possuem generalização suficiente para compreender singularidades locais.

1. Envolvimento de Relações Públicas na administração estratégica (*Involvement of Public Relations in Strategic Management*): diversos autores ao mencionar planejamento estratégico nas organizações, reforçam a necessidade de se incluir um planejamento estratégico de Relações Públicas, voltado a programas específicos para *stakeholders*, como essencial a seu sucesso. Versic, Grunig e Grunig ilustram os motivos ao elucidar

> When public relations helps the organization build relationships, it saves the organization money by reducing the costs of litigation, regulation, legislation, pressure campaigns, or boycotts that results from bad relationships with publics – publics that become activist groups when relationships are bad. It also helps the organization make money by cultivating relationships with donors, consumers, shareholders, and legislators. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996, p.20)

Somente os profissionais de Relações Públicas possuem a expertise para reconhecer, delimitar e atender aos públicos estratégicos das organizações, e por isso seus conhecimentos são primordiais no planejamento estratégico a nível institucional.

2. Fortalecimento das Relações Públicas como parte da cúpula diretiva ou com relacionamento de subordinação direta à alta administração (*Emporwement of public relations in the dominant coalition or a direct reporting relationship to senior management*): adotar esse posicionamento colabora para que os programas de Relações Públicas sejam planejados e executados por profissionais habilitados, evitando ter suas decisões mal direcionadas pelos demais executivos de áreas funcionais não correlatas à atividade e suas complexidades. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

3. Função integrada das Relações Públicas (*Integrated public relations function*): partindo da premissa das Relações Públicas como gestores da comunicação organizacional, significa garantir que suas diversas extensões atuem de forma orquestrada, sinérgica e integrada. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

4. Relações Públicas como função administrativa separada das demais funções (*Public Relations as a management function separate from other functions*): tendo em vista que num processo estratégico as Relações Públicas assessoram todas as demais funções administrativas no seu trato com os públicos de interesse, nada mais natural que esta se torne uma função em separado, caso contrário a perda de autonomia impactará negativamente no desempenho de suas atribuições. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

5. O papel do profissional de Relações Públicas (*the role of public relations practitioner*): há que se priorizar o profissional com perspectiva decisória e estrategista ao que realiza somente as atribuições técnicas, pois caso contrário para a obtenção da excelência da comunicação esta não deve ser encarregada a membros do conselho diretivo sem a perícia específica. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

6. Aplicação do modelo simétrico de duas mãos (*two-way symmetrical model of public relations*): baseado em pesquisa e usos da comunicação para resolução de conflitos e aprimoramento da compreensão entre os públicos, o modelo simétrico de duas mãos busca alterar não somente o comportamento dos públicos como também da organização, criando uma ponte que beneficia a ambos. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

7. Utilização de um modelo simétrico de comunicação interna (*a symmetrical system of internal communication*): Num modelo simétrico de comunicação, a organização se aproxima de seu público interno ao incorporá-lo no planejamento estratégico e no processo decisório, resgatando não só as metas organizacionais como também de seus colaboradores, garantindo maior satisfação no ambiente laboral. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

8. Potencial para aprofundar conhecimentos dos papéis de administrador e Relações Públicas simétrica (*Knowledge potential for managerial role and symmetrical public relations*): Departamentos de Relações Públicas que conquistam a excelência têm à sua frente profissionais com profundo conhecimento prático-teórico das funções que desempenha: gestor e Relações Públicas simétrico. Está em ênfase não só o conhecimento acadêmico, como também sua participação em entidades de classe e atualizações através da literatura especializada, congressos, etc. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

9. Diversidade em todos os papéis desempenhados pelo profissional de Relações Públicas (*diversity embodied in all roles*): Diz respeito ao esforço de incluir nas atividades de Relações Públicas agentes de diversas raças, culturas, gêneros, dentre outras particularidades, posto que o departamento de Relações Públicas tem como incumbência se interligar com os mais diversos grupos. (VERSIC, GRUNIG & GRUNIG 1996)

No Brasil, o tema foi refletido por Kunsch (2007), e relacionado ao planejamento da comunicação organizacional. A autora elabora, dentro dessas premissas e com base também nos princípios de planejamento estratégico abstraídos das teorias administrativas, o que deve ser observado para a execução do planejamento estratégico de Relações Públicas. Pode-se iniciar esse raciocínio com os seguintes dizeres, que refletem a razão principal pela qual é importante dedicar-se ao planejamento estratégico em Relações Públicas na organização:

> Para as Relações Públicas, exercer a função estratégica significa ajudar as organizações a se posicionarem perante a sociedade, demonstrando qual é a razão de ser do empreendimento, isto é, sua missão, quais são seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como a definirem uma identidade própria e como querem ser vistas no futuro. Mediante a função estratégica, elas abrem canais de comunicação entre a organização e seus públicos, em busca de confiança mútua, construindo a credibilidade e valorizando a dimensão social da organização, enfatizando sua missão, seus propósitos e princípios, ou seja, fortalecendo sua dimensão institucional. (KUNSCH, 2009, p.201)

Na execução do planejamento e gestão da estratégia de Relações Públicas, deve-se ter em mente que a "(...) comunicação precisa ter uma postura capaz de agregar valor e contribuir para que a organização alcance a visão

estabelecida para o futuro, cumpra sua missão, fixe e consolide seus valores." (Kunsch, 2003, p.272) Para isso, e com base nos princípios gerais de planejamento estratégico, Kunsch (2003) elaborou um conjunto de fundamentos norteadores à prática das Relações Públicas de forma estratégica, conforme segue:

- **Definição da missão, da visão e dos valores da comunicação**: dentro do planejamento estratégico da empresa, como a comunicação enquanto atividade auxiliará a mesma a atingir seus objetivos? Esta pergunta confrontará o profissional de Relações Públicas nessa fase, que busca projetar a comunicação com vistas ao futuro. (KUNSCH, 2003)

- **Estabelecimento de filosofias e políticas**: a filosofia representa o conjunto de crenças, valores e maneiras de pensar e agir; já as políticas expressam as diretrizes globais para tomada de decisão. (KUNSCH, 2003)

- **Determinação de objetivos e metas**: baseia-se em delimitar o alvo a ser atingido com as atividades a serem desenvolvidas. Esse objetivo geral deverá ser quantificado em metas, cuja soma reflita a conquista integral do desígnio proposto. (KUNSCH, 2003)

- **Esboço das estratégias gerais**: consiste em traçar um conjunto geral de medidas necessárias ao alcance da excelência em comunicação. (KUNSCH, 2003)

- **Relacionamento dos projetos e programas específicos**: acrescer todos os projetos e programas específicos necessários ao atendimento das instâncias apontadas no diagnóstico. (KUNSCH, 2003)

As etapas que se seguem dizem respeito à implementação e controle do previamente planejado, com vistas ao sucesso das ações propostas na resolução das pendências diagnosticadas anteriormente.

- **Divulgação do plano**: buscar o engajamento de todos os níveis da organização através da publicidade de seu planejamento, através do incentivo e motivação das esferas hierárquicas superiores a seus subordinados. (KUNSCH, 2003)

- **Implementação**: resume-se a execução das propostas já programadas. (KUNSCH, 2003)

- **Controle das ações**: diz respeito ao acompanhamento, apreciação e ajuste tempestivo das ações no decorrer de sua implementação, de forma reativa ou proativa, através de instrumentos estipulados, tais como cronogramas, *check-lists*, fluxogramas, quadros demonstrativos etc. (KUNSCH, 2003)

- **Avaliação dos resultados**: submeter não só os resultados, como também todo o planejamento durante sua execução à apreciação é parte fundamental do complexo comunicacional criado, tanto no nível de interesse da organização quanto de seus *stakeholders*, proporcionando uma análise crítica da comunicação organizacional e criando novos parâmetros para sua elaboração. (KUNSCH, 2003)

1.3 Públicos

No cerne das Relações Públicas encontra-se o conhecimento conspícuo das particularidades e complexidades dos grupos que se inter-relacionam com as organizações. Familiarizar-se com esses grupos proporciona às instituições valiosas informações para balizar seus esforços empreendedores, de forma que uma busca constante do exercício competente da comunicação é também perseguir o sucesso organizacional como um todo. Desta forma, as Relações Públicas exercem uma função política de mediador de relacionamentos, dedicando-se a legitimar as ações organizacionais na esfera publica, num processo conciliação de interesses ambivalentes através do desempenho excelente da comunicação. Nas palavras de Kunsch,

> (...) os estrategistas de Relações Públicas assessoram os dirigentes, identificando problemas e oportunidades relacionados com a comunicação e a imagem institucional da organização no ambiente social, avaliando como o comportamento dos públicos e da opinião pública pode afetar os negócios e a própria vida da organização. (...)Lidam com comportamentos, atitudes e conflitos, valendo-se de técnicas e instrumentos de comunicação adequados para promoverem relacionamentos efetivos. Administram percepções para poder encontrar saídas estratégicas institucionalmente positivas. Enfim, como atividade profissional, as Relações Públicas trabalham com questões que dizem respeito à visibilidade interna ou externa, ou seja, à identidade corporativa das organizações. (KUNSCH, 2009, p.201-202)

Há um longo caminho a se percorrer quando se examina a questão dos públicos. É interessante primeiramente entender os conceitos de grupos de interesse e grupos de pressão. Conforme Farhat (2007) os *grupos de interesse* são constituídos por um conjunto de pessoas identificadas pela convergência de objetivos e com representatividade no meio social, motivadas pelas mais diversas facetas do funcionamento das atividades civis, independentes destas serem ocasionadas por interesses altruísticos ou financeiros. Já os *grupos de pressão* diferem dos de interesse por sua posição proativa, na qual os indivíduos passam a lutar por seus ideais ou objetivos.

Portanto, qualquer grupo de interesse que lide com uma organização tem potencial para se tornar um grupo de pressão, partindo do estímulo de defender o denominador comum de seus integrantes, a razão pela qual estes se congregam. Tendo isso em mente, o profissional de Relações Públicas precisa analisar e conhecer quais grupos podem ser atingidos pela atividade organizacional, bem como o impacto que estes podem gerar em seu funcionamento e na consecução de seus objetivos estratégicos e preparar a instituição para a manutenção desse relacionamento.

Fortes (2003) afirma que só é possível considerar um grupo de interesse como um público da organização quando este direciona sua atenção à mesma, e se torna parte da “audiência” que acompanha as ações da empresa, através de um programa deliberado de Relações Públicas.

Para possibilitar a criação desse programa, é necessário classificar os públicos potenciais. Os critérios apresentados por Fortes (2003) para sistematizar essa classificação dizem respeito aos níveis de contiguidade espacial e de relacionamento organização/ grupo e grupo/ organização.

- *Público interno:* trata-se de um agrupamento espontâneo, com ou sem contiguidade física, facilmente identificável, de indivíduos ligados à empresa por relação laboral formal. Estes incluem alta administração, empregados e seus familiares/dependentes e terceirizados (FORTES,2003).
- *Público misto:* procedente do grupo-clientela, perfeitamente identificável, acumula características de público interno e externo, ao passo que os resultados organizacionais podem criar a eles oportunidades ou entraves. Fazem parte desse

conjunto os investidores, fornecedores, intermediários ou representantes e cooperados (FORTES,2003).

- *Público externo:* trata-se de grupos que tem expectativas quanto a instituição, cujos relacionamentos são estabelecidos conforme o grau de urgência das necessidades deste ou da organização. Engloba a comunidade, grupos de interesses específicos (de cunho social, estudantil, cultural, ambiental, minorias, ONGs, dentre outros), sindicatos e entidades representativas, celebridades, instituições de ensino, imprensa, governo, concorrentes, consumidores (FORTES,2003).

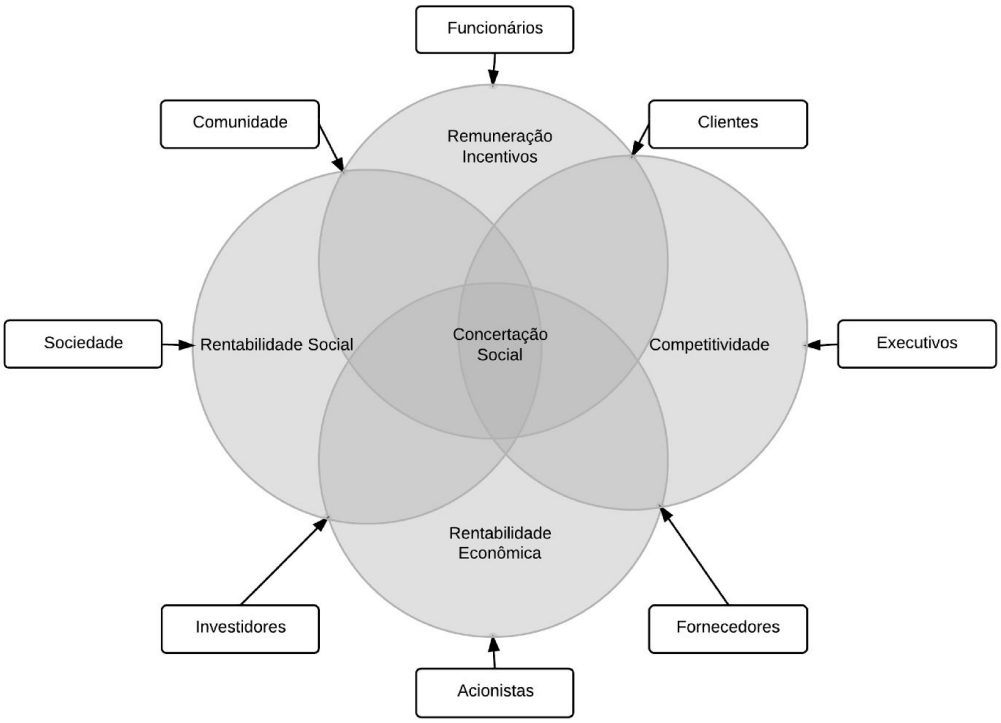
Vale ressaltar que essa definição pode sofrer variação de acordo com a natureza da atividade da instituição, e que essa classificação tem como objetivo principal nortear as organizações no reconhecimento e classificação de seus próprios públicos.

Ainda sobre o método de classificação dos públicos, existe uma construção bastante difundida, principalmente nas teorias administrativas, que é perfeitamente aplicável ao exercício das Relações Públicas. Trata-se da classificação pelo tipo de retorno esperado por cada grupo. Existem dois modelos sobre esse ponto:

- *Shareholders* - focado no retorno financeiro das instituições a seus investidores (donos, proprietários, acionistas), baseado principalmente na lógica de mercado e, portanto, visando o lucro monetário (CHIAVENATO, 2007);

- *Stakeholders* – A organização se apresenta como uma entidade social e deve apresentar retorno para todos os grupos de interesse no qual interage. O modelo de *stakeholders*, mais completo e atento as novas demandas públicas, contempla a necessidade das organizações em refletir “uma responsabilidade simultaneamente financeira e social, lucrativa e retributiva” (CHIAVENATO, 2007, p.145) (Figura 03)

Figura 03: Modelo stakeholder de Chiavenato



Fonte: Chiavenato, 2007, p.145

Dessa forma, atende aos interesses de

> (...) empregados, empregados em potencial e ex-empregados, sindicatos, fornecedores, intermediários, poderes públicos, comunidade, ONGs, fábricas, escritórios e varejo de vizinhança, líderes comunitários, ecologistas e grupos de interesse ambiental, mídia de negócios, associações industriais, comerciais e profissionais, instituições educacionais, parceiros e concorrentes dos produtos e serviços da companhia. (FORTES, 2003, p.83)

Waldyr Gutierrez Fortes ressalta a importância dos *stakeholders* ao denominá-los como “os novos proprietários”, pois estes exigem das organizações transparência de gestão e atuação, ao passo que questionam sua legitimidade, obtida somente através da administração dessa controvérsia pública através de políticas consistentes de Relações Públicas (FORTES, 2003).

Por outro lado, a analise de Porto Simões (1995), dando uma nova roupagem a conceituação de Lucien Matrat, prioriza o aspecto de poder ao classificar os públicos de acordo com o critério de capacidade de influência na tomada de decisões da organização, de forma que apresenta quatro categorias, a saber:

- *Públicos de decisão:* são os públicos do quais a empresa depende indubitavelmente para exercer suas atividades, como o conselho administrativo, a diretoria, o governo - com controle sobre o funcionamento e interrupção das atividades da instituição, dentre outros (SIMÕES, 1995).
- *Públicos de consulta:* representa os públicos com os quais a empresa instrui-se antes das tomadas de decisões, tais como sindicatos, entidades de classe, acionistas etc (SIMÕES, 1995).
- *Públicos de comportamento:* são públicos dos quais as ações podem influenciar no sucesso do funcionamento da organização, como os clientes, cujo comportamento pode significar a sobrevivência ou o fracasso organizacional, ou os funcionários, que efetivamente executam as atividades meio e fim da organização, sendo responsáveis pelo produto final (SIMÕES, 1995).
- *Públicos de opinião:* são públicos de que a manifestação de avaliações ou julgamentos podem interferir nos processos da instituição. Incluem-se nesse grupo formadores e líderes de opinião, a imprensa, dentre outros (SIMÕES, 1995).

França (2009), na tentativa de uma classificação universal e ampla, que pudesse abarcar as diversas nuances da relação das organizações com seus públicos, conduziu uma pesquisa visando conhecer como se formam essas redes de relacionamento. O objetivo foi a construção de um paradigma que definisse com clareza quais são os públicos e seu grau de envolvimento e comprometimento com a organização. Após diversas entrevistas com executivos de grandes organizações, o autor demonstrou seu resultado através da seguinte tabela:

Quadro 03 – demonstrativo de tipos, objetivos, prioridade, expectativas e resultados de relacionamento das organizações com os públicos, de acordo com França

Público	Tipo de relacionamento	Objetivos da empresa	Grau de dependência	Expectativas da Empresa	Expectativas dos públicos
Empregados	- Legal - Negocial - Social	- Obter produtividade - Ter capacidade operacional - Obter lucratividade	- Essencial - Estratégica	- Dedicação - Lealdade - Satisfação - Comprometimento	- Reconhecimento - Salários justos - Não-discriminação - Pagamento em dia
Sindicato	- Social - Político - Legal	- Obtenção de apoio - Ausência de conflitos	- Não Essencial	- Confiança - Respeito aos acordos - Ética na relação	- Cumprimento dos acordos - Reconhecimento legal do sindicato

Clientes	- Negocial - Parceria de curto e longo prazo	- Aumentar as vendas - Dar excelente atendimento	- Essencial	- Credibilidade - Satisfação - Fidelidade	- Produtos de qualidade - Assistência técnica - Bom atendimento - Preços justos
Fornecedores	- Negocial - Legal	- Obter bons contratos - Ter qualidade de produtos - Fazer entrega *just in time*	- Essencial	- Relação duradoura - Observância dos contratos - Ética na relação	- Cumprimento dos contratos - Pagamentos na data marcada
Acionistas	- Negocial - Legal	- Obter investimentos - Expandir	- Essencial	- Credibilidade - Fidelidade - Comprometimento	- Retorno dos investimentos - Honestidade nos negócios

Fonte: Fábio França, 2009, p. 227

A partir desse encadeamento lógico de relações e da definição de cada um dos passos da relação, é possível personalizar essa análise as mais diversas organizações, o que torna esse modelo o mais versátil dentre os apresentados. Para auxiliar nessa tarefa, França (2009, p.228) enumera os passos para sua elaboração:

1. Identificar e listar *todos os públicos* de interesse da organização
2. Determinar o *tipo* de relação existente entre organização e públicos
3. Definir quais são os *objetivos* do relacionamento com esses públicos
4. Determinar quais são as *expectativas da organização* nessa relação
5. Indicar com precisão qual é o grau de *envolvimento* da organização com os públicos; esse envolvimento pode existir em grau elevado, médio ou não existir
6. Explicitar o nível de *participação* desses públicos na organização e a duração dessa relação; em outras palavras, especificar o grau de *interação* e de *interdependência* entre as partes: total, parcial, permanente, sazonal, ocasional.
7. Explicar qual o grau de importância (prioridade) desses públicos.
8. Fechar a cadeia de relação determinando – *o que é fundamental* – quais são as *expectativas dos públicos* escolhidos diante da organização, a qual não pode ignorar o que estes pensam sobre ela.
9. Selecionar, tendo por fundamento os dados anteriores, os *públicos prioritários* para a organização, ou seja, os essenciais para o desenvolvimento, a

manutenção de seus negócios e com os quais irá desenvolver relacionamentos necessários para a realização de suas atividades.

Como parte da conceituação lógica que permite a criação desse modelo de mapeamento, França aponta a necessidade de se determinar se os públicos observados são essenciais, não-essenciais ou ainda de redes de interferências.

Os públicos essenciais representam aqueles ligados juridicamente ou não à organização e dos quais ela necessita para existir. O grau de dependência da organização com esses públicos dependerá do tipo de organização e da situação pela qual a mesma estiver enfrentando. Se subdividem em públicos constitutivos – que fornecem os elementos e recursos para seu funcionamento (Exemplos: investidores, sócios, governo), e públicos não constitutivos ou de sustentação – que fornecem condições a sua sustentação ou manutenção da empresa no mercado, como funcionários, fornecedores, consumidores, entre outros (FRANÇA, 2009).

Já os públicos não-essenciais são os grupos que não participam das atividades fim, apenas das atividades-meio, e por isso constituem uma rede de interesses específicos, com maior ou menor grau de participação na organização. Podem ser de quatro tipos: redes de consultoria, divulgação e promoção, redes de fatores associativos, redes de setores sindicais e redes de setores comunitários.

Por fim, os públicos de redes de interferência abrangem públicos especiais do cenário externo da organização, com força junto ao mercado e a opinião pública. Sendo assim, podem ser uma rede de concorrência (envolvendo as demais organizações que disputam o *marketshare* com a organização) ou redes de comunicação de massa (com seu poder de persuasão da opinião pública em larga escala).

2. METODOLOGIA

Uma das decisões que exigem maior reflexão ao se iniciar um projeto de pesquisa diz respeito a metodologia que será empregada. Esta, quando bem escolhida, fundamenta o estudo a ser realizado e o eleva ao status de ciência. Garante também que o conhecimento produzido atinja um nível mais maduro ao trazer ao conhecimento do pesquisador os avanços alcançados pela comunidade científica em sua área de interesse. Auxilia-o a antepor e eleger os recursos necessários a sua realização, levando a uma otimização do andamento do processo investigativo. Pode ainda assegurar aspectos de inovação e até mesmo de ineditismo ao campo determinado.

Anterior a essa escolha, no entanto, é o levantamento da questão central a ser perseguida, bem como as variáveis que a cercam, pois esta se constitui no cerne diretivo para todas as etapas posteriores, inclusive para a seleção da metodologia que melhor se ajusta ao que se propõe a estudar. Dominar a problemática da questão levantada em sua totalidade é o primeiro passo para a obtenção de resultados sustentáveis.

2.1 Formulação do problema

“Entende-se por problema uma questão sem solução, objeto de discussão e de muito estudo. É um fato, algo significativo que, a princípio, não possui respostas explicativas (...)” (FACHINI, 2006, P.105).

O surgimento do problema parte da relação do pesquisador com seu objeto – como este tomou conhecimento do mesmo, qual seu vínculo, sua familiaridade e a qual necessidade que este vivenciando-o, pretende atender. Para que esse interesse saia do campo de entendimentos comuns e seja refinado ao dos saberes científicos, é preciso reduzir seu universo de possibilidades a um elemento apto a verificação. O intuito não é esgotar as possibilidades investigativas, pois o campo de compreensão humano é infindável, mas restringir a amplitude da busca a um formato manejável e aumentar a acurácia dos resultados atingidos.

Para a elaboração do problema de pesquisa, Gil (2010) aponta as seguintes regras práticas: 1) o problema deve ser formulado como pergunta; 2) o problema

deve ser claro e preciso; 3) o problema deve ser empírico; 4) o problema deve ser suscetível de solução; 5) o problema deve ser delimitado a uma dimensão viável.

O ponto de partida dessa pesquisa se deu da verificação da necessidade do Conselho Regional de Relações Públicas – CONRERP na jurisdição da 6º Região de aumentar seu envolvimento com seus públicos. Desta forma, surgiu o seguinte questionamento:

Quais estratégias de Relações Públicas podem ser aplicadas para aumentar o engajamento entre o CONRERP 6º Região e seus públicos?

Essa delimitação é não só importante, como necessária a geração de novas ideias. Efetuar o levantamento da questão-problema auxilia o pesquisador a manter-se focado no propósito da pesquisa. Esse eixo é fundamental para que não haja, em meio a imensa quantidade de informações à oferta da ciência, uma inesperada fuga ao tema, ou mesmo o início de um ciclo vicioso no qual o tema principal seja atrelado a subcategorias infindáveis na qual o estudioso seja absorto em estudos já realizados sem no entanto nunca finalizar o seu próprio.

Ainda, Odília Fachine (2006, p. 106-107), descreve cinco fases ao ato de criar novas ideias, quais sejam: 1)*Percepção* – o pesquisador toma conhecimento de um problema e passa a considerá-lo como uma situação de dificuldade, insatisfação ou frustração; 2) *Preparação* - o estudioso aprofunda-se na problemática para dar-lhe tratamento científico e possibilitar sua solução; 3) *Incubação* – remete ao momento de reflexão do pesquisador acerca do problema e das informações acerca do mesmo; 4) *Iluminação* – trata-se do "encaixe" de todas as ideias e saberes maturados na mente do cientista, formando uma possível resposta a suas inquietações; 5) *Verificação* – consiste na revisão da trilha percorrida para a asserção da descoberta.

2.2 Definição dos objetivos

Todo trabalho deve ter clarificado para qual propósito se presta. O curso natural dos acontecimentos na pesquisa é que, a partir da descoberta do problema, empreendam-se esforços para apresentar-lhes possíveis soluções – essa busca constitui então o *objetivo.* De acordo com Lakatos e Marconi (2003, p. 157) "O

objetivo torna explícito o problema, aumentando os conhecimentos sobre determinado assunto.”

2.2.1 Objetivo Geral

Traçar estratégias de Relações Públicas para aumentar o engajamento entre o CONRERP 6º Região e seus públicos.

2.2.1 Objetivos específicos

- Elaborar o perfil organizacional do CONRERP
- Conhecer a história da organização dentro do contexto das Relações Públicas no Brasil
- Identificar os públicos de interesse da organização
- Conceber estratégias de Relações Públicas para a instituição

2.3 Tipos de pesquisa utilizados

Tendo em vista o caráter elucidativo-prático desse projeto, foi utilizado no primeiro momento uma pesquisa exploratória, que conforme esclarece Gil (2010, p.27) “têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, como vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses.” Dessa forma, a pesquisa exploratória destina-se a descoberta, ao esclarecimento de fatos ou explicação de evidências empíricas.

É importante frisar que a pesquisa bibliográfica não designa apenas a compilação sistemática dos raciocínios de outrem sobre o assunto estudado, mas consiste a priori no exame rigoroso dos produtos intelectuais de pesquisadores já avaliados pela comunidade científica para dar-lhes uma nova visão ou abordagem.

Dada a grande gama de possibilidades de descobertas nesse tipo de pesquisa, ela tende a ser flexível, adaptando-se ao objeto a ser vislumbrado. Desta forma, a coleta de dados pode ocorrer de diversas formas, e as escolhidas para promover este estudo foram *pesquisa bibliográfica* para apreensão dos principais conceitos a serem explorados na consecução dos objetivos específicos; a *análise documental*

para coleta de evidências; e *análise de conteúdo*, para examinar a fundo duas entrevistas qualitativas de perguntas abertas aplicadas a membros do CONFERP / CONRERP.

2.3.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica possui uma série de etapas articuladas que contribuem para a expansão dos conhecimentos do assunto examinado. Gil (2010) as expressa da seguinte forma:

- A escolha do tema: representa a base das demais “escolhas” do processo. Considerando que a produção de conhecimento científico exige um quantidade intensa de esforço e dedicação, é recomendado que o tema seja do agrado do pesquisador, e que o mesmo tenha uma familiaridade prévia com este.
- Levantamento bibliográfico preliminar: possibilita uma análise preparativa da área de estudo relacionada, o que torna a elaboração do problema de pesquisa mais substancial, ao passo que demonstra as evoluções já ocorridas no tema, suas dificuldades de exame e com quais subáreas se associam.
- Formulação do problema: conforme já exposto, constitui-se no âmago de todo o desenvolvimento da pesquisa, e precisar ser elaborado com clareza e precisão e ser suficientemente delimitado.
- Elaboração do plano provisório de pesquisa: resume-se a refletir quais tópicos deverão ser inicialmente abordados para a composição do projeto completo, estruturando-os para conceber um vislumbre do que será a pesquisa final.
- Busca das fontes: momento de selecionar quais fontes capazes de auxiliar numa resposta adequada ao problema. Difere do levantamento bibliográfico preliminar exatamente por se tratar das fontes definitivas que comporão o trabalho final.
- Leitura do material: tem como principais finalidades a identificação das informações e dados do material selecionado, analisando a consistência das informações e relacionando-as com o problema proposto.
- Fichamento: procede ao registro e categorização das informações e dados contidos nas fontes

- Construção lógica do assunto: precede à redação do texto final por reformular o plano provisório de pesquisa, adaptando-o de acordo com os conhecimentos adquiridos nas etapas anteriores.
- Redação do texto final: composição do estudo e seus resultados, de acordo com as regras apropriadas a cada tipo textual.

Seguindo esse método, foi elaborado o referencial teórico que sustenta as ações desenvolvidas neste trabalho, divido em 03 capítulos, que esclarece e correlaciona os seguintes temas, apontados no plano provisório de pesquisa como fundamentais ao desenlace e compreensão da questão-problema:

- Relações Públicas: história e conceitos
- Conceituação de públicos
- Planejamento estratégico
- Planejamento de Relações Públicas

2.3.2 Análise documental

A análise documental contempla o exame de fontes primárias, isto é, documentos escritos ou não, que auxiliam o pesquisador a munir-se de informações e evidências precisas acerca do assunto estudado, possibilitando a construção de um pano de fundo para as descobertas posteriores advindas da pesquisa.

De acordo com Lakatos e Marconi (2003), pode-se classificar essas fontes de acordo com sua proveniência (arquivos públicos, arquivos particulares ou fontes estatísticas) e também com o tipo de suporte (escrito – documentos oficiais, publicações parlamentares, documentos jurídicos, fontes estatísticas, publicações administrativas e documentos particulares; e outros tipos de suporte – iconografias, fotografias, objetos, canções, vestuário, folclore). Cabe ao cientista, dentro dessas disposições, verificar de acordo com princípios de fidedignidade, validade e pertinência, quais melhor comporão sua pesquisa, de forma a agregar relevância para os aspectos revelados pelos mesmos.

2.3.3 Análise de conteúdo

O objetivo proposto por Bardin (1977) ao formular a metodologia de Análise de Conteúdo foi validar a compreensão subjetiva do pesquisador através da análise sistemática dos temas principais de uma composição qualitativa, além de torná-la mais profunda por naturalmente encorajar o cientista a perscrutar seu objeto de estudo, revelando numa leitura mais minuciosa maiores complexidades e possibilidades interpretativas.

Essa metodologia foi escolhida para a presente produção por conferir maior rigor investigativo ao conduzir o exame dos dados à uma apreciação mais detalhada e proporcionar de forma objetiva a estruturação dos resultados - obtidos a partir de respostas da aplicação de dois questionários de perguntas abertas - em categorias bem delineadas que subsidiarão as demais ações a serem desenvolvidas nessa proposta.

"A análise de conteúdo é um conjunto de *técnicas de análise das comunicações"* (BARDIN, 1977, p.31) Por se tratar de um sistema aberto de técnicas, possuem versatilidade para tratar os mais diferentes temas, independente do viés pesquisado ou da abordagem pretendida. Para isso, elenca uma série de possibilidades investigativas, na forma de orientações metodológicas, para auxiliar o pesquisador a direcionar seus questionamentos e respostas.

A primeira etapa – organização do material – constitui-se no preparo prévio da informação a ser analisada (BARDIN, 1977). O ato de organizar o material pode, por si só, ser considerado um período de análise, pois implica ao pesquisador voltar atenção aos componentes de seu trabalho, já apurando o primeiro nível de características e singularidades que este possa oferecer enquanto produto intelectual. A etapa de organização do material possui três momentos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

A pré-análise tem por incumbência a organização propriamente dita, objetivando criar um plano de análise, com precisão suficiente para ser mantido no decurso do processo investigativo, sem no entanto ser engessado a ponto de não suportar novos procedimentos examinatórios (BARDIN, 1977).

Essa fase é procedida de três missões: a escolha dos documentos, a formulação das hipóteses e objetivos e a elaboração de indicadores que alicercem a

interpretação final (BARDIN, 1977). Para uma eficaz constituição do *corpus,* a autora indica a realização de uma leitura flutuante, que “consiste em estabelecer contato com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações”(BARDIN, 1977, p.96).

Bardin (1977, p. 97-98) destaca princípios para que a escolha dos documentos sejam de fato efetivas. A *regra da exaustividade* propõe que, ao se demarcar o campo do corpus analítico, este contenha todos os elementos desse corpus, não excluindo-se nenhuma representação sem motivo justificável; complementa-se com o princípio de *não-seletividade*. A *regra da representatividade* versa que num universo amostral extenso, uma parte poderá ser generalizada como denotando o todo se, e somente se, a amostra analisada possuir condições de retratar a realidade do objeto estudado. Caso contrário, pode ser mais produtivo reduzir o universo até que este possa ter suas características melhor refletidas. A *Regra da homogeneidade* enuncia que os documentos selecionados devem obedecer a critérios precisos de escolha e não possuir particularidades em excesso que os torne por demais dissonantes. E por fim, a *regra da pertinência* determina que, na escolha dos documentos, estes devem possuir informações que deveras atendam à proposta investigativa da qual integrarão.

Tendo sido efetuada a escolha dos documentos passa-se a elaboração de *hipóteses e dos objetivos* (BARDIN, 1977). Enquanto que a hipótese representa as “verdades” apreendidas por ocasião da primeira leitura analítica e que serão postas a prova na análise, o objetivo será a finalidade para qual a análise está sendo efetuada.

Considerando as hipóteses como resultado da apreciação meticulosa e ponderada dos dados reunidos, elegem-se dentre estes *índices*, que representam unidades investigativas, e com base nos mesmos *indicadores* que estruturarão a análise de forma segura e precisa. Conforme Bardin:

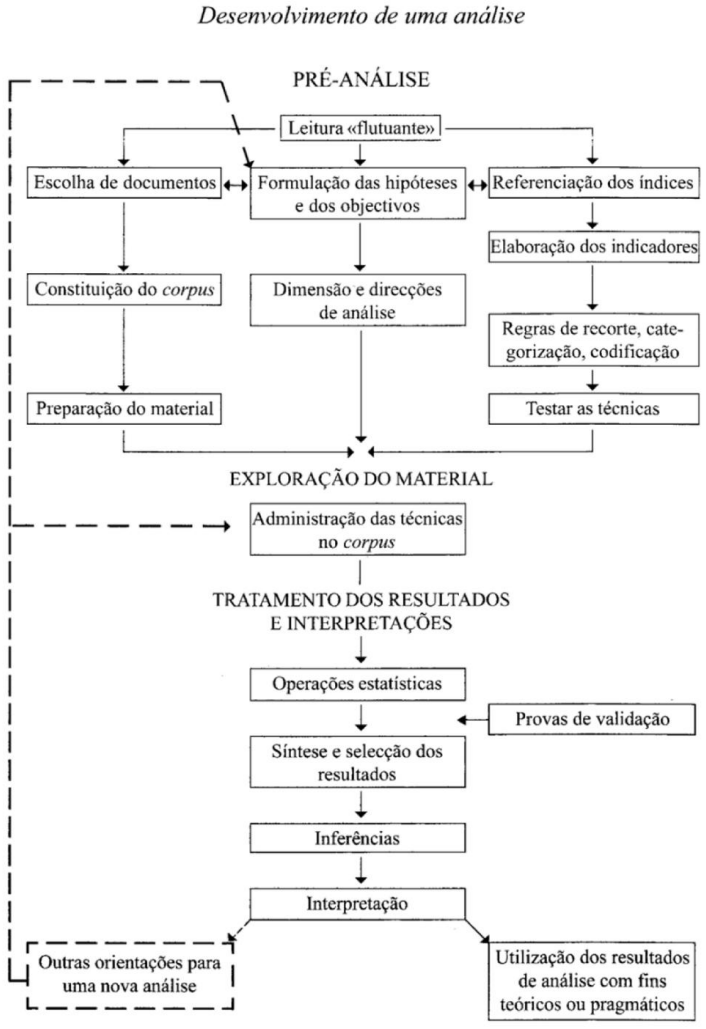
> Desde a pré-análise devem ser determinadas operações: de *recorte do texto* em unidades comparáveis de *categorização* para análise temática e de modalidade de *codificação* para o registro de dados. (BARDIN, 1977, p.100)

A fase seguinte, de exploração do material, designará apenas a aplicação dos critérios dispostos na anterior se esta tiver sido cuidadosamente preparada (BARDIN, 1977). Depreende-se da leitura da autora que quanto mais bem elaborada a pré-análise, mais acurada serão os resultados obtidos na produção, pois os corpus

de análise será suficientemente escolhido, dispondo o cabedal de conhecimentos mais adequados ao que se pretende observar, e isso derivará em hipóteses e índices mais congruentes, rigorosos, precisos e válidos. Ainda, quanto mais exaustivamente refletidos os critérios de indiciação, mais automaticamente se dará a exploração do material, pois os parâmetros estarão mais transparentes e melhor delimitados, tornando a apuração mais fácil.

Por fim, é efetuado o *tratamento e interpretação dos resultados obtidos*, nos quais os resultados brutos são estatisticamente expressos e submetidos a testes de validação (BARDIN, 1977). Todo esse esquema foi resumido por Bardin na estrutura a seguir (Figura 03).

Figura 04: Desenvolvimento de uma análise, de acordo com Bardin



Fonte: Bardin, 1977, p.102

Após obtido o resultado bruto e sintético do conteúdo, e necessário traduzir-lhe a um segundo nível de compreensão, a fim de assimilar os significados mais profundos postos à tona pela exposição arranjada segundo os indicadores estabelecidos na pré-análise – a codificação. Essa etapa abrange três escolhas: o *recorte*, a *enumeração* e a *classificação e agregação* (BARDIN, 1977).

O recorte diz respeito às *unidades de registro* e as *unidades de contexto,* que vão definir a pertinência dos dados de acordo com a variação de aparição no material examinado. As *unidades de registro* são os menores elementos textuais passíveis de categorização e contagem frequencial. Podem assumir diversas dimensões, como as palavras, os temas, os objetos (ou referentes), os personagens, os acontecimentos e os documentos. Já as *unidades de contexto* são as unidades de compreensão nas quais são possíveis decodificar as unidades de registro, dando-lhes uma significação exata (BARDIN, 1977).

Os critérios de enumeração dizem respeito a forma como é feita a contagem das unidades de registro. Será analisado a presença ou ausência de determinada unidade, sua frequência de aparição - que pode se contrapor a seu grau de importância, a intensidade, a direção apontada (positiva ou negativa), a ordem, a co-ocorrência. (BARDIN,1977)

Após devidamente separados e enumerados, os dados devem ser categorizados, o que significa reagrupá-los novamente, de acordo com sua generalidade, harmonizando-as de acordo com seu eixo de significação. Os critérios de categorização podem ser semânticos, sintáticos, léxicos ou expressivos (BARDIN, 1977).

Para que a categorização seja considerada eficiente, ela deve possuir os seguintes atributos: exclusão mútua (cada elemento não pode existir em mais de um critério), homogeneidade (para cada tipo de análise das unidades de registro deve haver apenas uma dimensão de análise), pertinência (a categoria deve estar em sintonia com o material analisado e com seu quadro teórico), objetividade e fidelidade(as partes de um mesmo material devem ser submetidas ao mesmo leque de categorias e portanto categorizadas da mesma maneira) e produtividade (devem possibilitar riqueza de inferências, novas hipóteses e exatidão de dados) (BARDIN,1977).

Conclui-se o processo de análise com a geração de inferências, que nada mais são do que deduções obtidas através dos fatos categorizados. Conforme enuncia Bardin,

> Por outras palavras, a análise de conteúdo constitui um bom instrumento de indução para se investigarem as causas (variáveis inferidas) a partir dos efeitos (variáveis de inferência ou indicadores; referências no texto)(...) (BARDIN, 1977, p.137).

Utilizando-se desse método, foram examinados dois questionários de perguntas abertas, com o mesmo conteúdo, ministrados através de correio eletrônico ao Dr. Tiago Mainieri, conselheiro suplente do CONFERP – Conselho Federal de Relações Públicas (citado como entrevistado 01) e ao presidente do CONRERP 6º Região, Bernardo de Felippe Júnior (citado como entrevistado 02). O objetivo foi verificar quais as unidades de registro mais evocadas nas falas dos entrevistados, para que fosse possível pontuar a quais passagens deveria-se voltar a atenção mais detalhadamente e, com isso, verificar quais sentidos poderiam ser abstraídos desses fragmentos.

A constituição do *corpus* de análise se deu com a seleção dos dois documentos disponíveis na íntegra - incluindo questões porventura não respondidas. Essa seleção visa atender aos critérios de *exaustividade* - por não excluir nenhum elemento, nem mesmo os não respondidos; *representatividade* - ao abranger as percepções de representantes das duas esferas reguladoras (federal e regional); *homogeneidade* - por se tratar de questionários com conteúdo congênere, o que elimina a existência de particularidades que tornem os documentos demasiadamente diferentes entre si; e *pertinência* – por se adequarem ao objetivo de conhecimento empírico esperado das entrevistas.

O recorte das unidades de registro foram demarcados a nível semântico, de forma que uma unidade de registro corresponderá a um tema, assim representando um elemento de significação. Tratando-se de núcleos de sentido, podem-se considerar termos diferentes com significados análogos, desde que participem do mesmo eixo temático. Por exemplo: *Universidade →Estudante → Formando.* Nesse caso então, sintaxe e morfologia são preteridos em razão da eleição da semântica como parâmetro avaliativo.

A regra de enumeração escolhida foi a de frequência simples, na qual cada aparição equivalerá a um ponto (01), e a importância percebida dada por cada

entrevistado as categorias se dará através da maior ou menor frequência das expressões-tema em suas respostas.

A regra de categorização adotada está diretamente ligada as unidades de contexto, que representam os blocos de respostas da entrevista. O questionário foi elaborado para esclarecer os seguintes tópicos: atividades desenvolvidas pela organização, cultura organizacional, públicos, meios de comunicação, infraestrutura e história, de forma que estes representarão as categorias de análise.

Quadro 04: Tabulação do Conjunto categorial "Entrevista"

Categorias	Temas (unidades de registro)	Frequência de citação		
		Entrevistado 01	Entrevistado 02	Total
História	Criação / surgimento do CONFERP/CONRERP	1	5	6
	Fato(s) marcante(s)/ relevante(s)/ destaque	3	5	8
	Desmembrar /agregar (os Estados)	0	4	4
	Trajetória	2	0	2
	Fonte(s)	0	1	1
Cultura organizacional	Sistema	8	0	8
	Regimento	3	1	4
	Lei	0	5	5
	Estatuto	3	0	3
	Autonomia	0	1	1
	Profissão	2	9	11
Atividades desenvolvidas	Normatizar	0	3	3
	Registrar	2	9	11
	Fiscalizar	2	5	7
	Atuar	2	8	10
	Necessidade	0	5	5
Públicos de interesse	Funcionários (do CONRERP)	0	1	1
	Profissionais	3	10	13
	Delegados	0	5	5
	Conselheiros	1	1	2
	Governo	0	7	7
	Universidade/ estudantes/ formandos	1	4	5

Meios de comunicação	Boletim	0	2	2
	Boleto	0	1	1
	Conferências a distância	1	1	2
	Reuniões presenciais	1	3	4
	Site	2	2	4
	Telefone	1	2	3
	E-mail	2	3	5
	Facebook	1	0	1
	Correspondência	1	0	1
Infraestrutura	Recursos materiais	0	5	5
	Sala(s) / escritório	0	3	3
	Recursos financeiros	0	3	3

As inferências derivadas desta tabulação integram o *briefing* deste projeto, tendo em vista deslindarem importantes aspectos da organização estudada.

3. PLANO ESTRATÉGICO

Após as considerações teórico-metodológicas nos conteúdos anteriores, o presente estudo culmina expondo como seu produto final a apresentação de uma proposta de estratégias de Relações Públicas para o Conselho Regional de Relações Públicas – 6º Região. Serão apontadas diretrizes de comunicação, condizentes com as descobertas apanhadas através de fontes documentais e das respostas obtidas nos questionários ministrados aos senhores Dr. Tiago Mainieri, conselheiro suplente do CONFERP – Conselho Federal de Relações Públicas e ao presidente do CONRERP 6º Região, Bernardo de Felippe Júnior.

3.1 Briefing

3.1.1 Dados institucionais

CNPJ: 00.676.171/0001-35
Nome empresarial: Conselho Regional De Profissionais De Relações Públicas - 6ª Região
Nome fantasia: CONRERP
Atividade principal/ Natureza jurídica: Administração pública/ Autarquia Federal
Endereço: SDS Edifício Venâncio II, sala 305 - CEP: 70393-900 - Brasília-DF
Telefones: (61) 3224-3844 / (61) 3223-7373 telefax
Homepage: http://www.conrerp6.org.br/
E-mails:
presidencia@conrerp6.org.br
secretaria-geral@conrerp6.org.br
tesouraria@conrerp6.org.br
delegadoac@conrerp6.org.br
delegadoma@conrerp6.org.br
delegadapa@conrerp6.org.br
delegadato@conrerp6.org.br
delegadamt@conrerp6.org.br
delegadaam@conrerp6.org.br
delegadaap@conrerp6.org.br

delegadago@conrerp6.org.br

3.1.2 Histórico

O CONRERP - Conselho Regional de Relações Públicas - 6º Região, é uma autarquia regional integrante do sistema CONFERP – Conselho Federal de Relações Públicas – com jurisdição nos estados do Acre, Amapá, Amazonas, Distrito Federal, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins. Como uma autarquia, é um órgão de administração pública indireta, vinculado ao Ministério do Trabalho, com autonomia técnica, administrativa e financeira.

Sua criação se deu através da publicação do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969 e instalado por meio da Resolução nº 05/82, de 3 de setembro de 1982, e tem como objetivo principal regular o exercício da atividade de Relações Públicas em seu foro.

A delimitação da 6º região com o formato atual iniciou-se em 1984, quando um grupo de profissionais solicitou o desmembramento da 3ª. Região, com sede em Belo Horizonte - MG ao Conferp, para que o Conrerp 6ª. Região fosse criado, com sede em Brasília. A pedido do Conferp, outros estados foram somados, como os do centro-oeste - Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul - e Rondônia e ainda outros que enfrentavam dificuldades como o Conrerp 7ª. Região, dos estados do Norte. Assim, os estados do Amazonas, Pará, Amapá, Acre, Tocantins e Roraima também foram agregados ao Conrerp 6ª. Já o Maranhão, que também tinha um Conrerp, fruto de problemas mais sérios, foi desativado e também passou ao Conrerp 6ª. Região.

Nas entrevistas, na categoria *História*, a unidade mais citada foram os *fatos marcantes/ relevantes/ destaques*. Apesar da pergunta que ocasionou no maior número de citações desses termos referir-se a fatos expressivos na história dos conselhos, foram citados por ambos os entrevistados fatos da história das Relações Públicas no Brasil, que vai ao encontro da hipótese de que, como orgãos máximos dos desígnios legais da profissão no Brasil, a história dos CONFERP/ CONRERPs se encontra intimamente mesclada a história e desenvolvimento da própria profissão no país. Os membros da organização veem a história das Relações Públicas

brasileiras como sendo em parte a sua própria história, o que deveras procede, visto que seu campo de trabalho é esse exercício profissional.

A segunda unidade mais significativa diz respeito à *criação/surgimento do CONFERP/CONRERP.* Ambos os entrevistados exaltaram a importância desse fato ao desenvolvimento da profissão, o que pode ser facilmente percebido na primeira leitura das respostas. Porém, após a verificação dos pontos do texto em que essas expressões aparecem nas respostas do entrevistado 02, referindo-se não só a acontecimentos passados como também a aspirações futuras, é possível verificar que a criação/surgimento dos CONRERPs possui características dinâmicas, evidenciado também com as unidade de registro *desmembrar /agregar (os Estados)*, aludindo aos diferentes momentos de desmembramento e agregação de unidades federativas à jurisdição do CONRERP 6º Região, bem como o anseio do órgão em seccionar a 6º Região em territórios mais satisfatoriamente manejáveis.

3.1.3 Organograma principal

Movendo as engrenagens do órgão, exercem de forma não remunerada as atividades do sistema os conselheiros e delegados. Conforme citado pelo entrevistado 01, é um sistema bastante enxuto. A composição administrativa tem, conforme regimento, mandato trienal com eleições em assembleia geral de acordo com normas específicas ou baixadas por resolução do CONFERP. Desta forma, a gestão atual (triênio 2013/2016, cuja posse se deu em janeiro de 2013), é composta por sete conselheiros suplentes e sete conselheiros efetivos – que constituem o poder deliberativo, dos quais são selecionados o secretário geral, o tesoureiro e o presidente, eleitos entre si – formando o poder executivo.

- Conselheiros Efetivos

Bernardo De Felippe Jr. – (Presidente)
Waldyr Montenegro Matos Jr.
José Ulisses Fontenele Figueira – (Secretário Geral)
Márcia Simionato Arnemann
Antonio Carlos Belarmino Lago – (Tesoureiro)
Eliane Hayami
Paulo Gustavo de Gusmão Lopes e Pinheiro

- Conselheiros Suplentes

Selma Mendes Mesquita
Maria Inez Vaz Dias de Albuquerque
Huberson de Oliveira da Silva
Francisco Tadeu Gardesani Luz
Elisa da Silva Oliveira
Maria da Graça Miranda de França Monteiro
Mirian Carolina Abrahão Franck

Enquanto os conselheiros atuam na parte deliberativa, os delegados exercem função representativa em cada território, atentos as suas particularidades e funcionando como ponte entre o conselho e as vicissitudes de uma jurisdição tão ampla e multifacetada. Conforme informado pelo entrevistado 02, os delegados são profissionais voluntários das regiões, regularmente registrados e em dia com o Conselho e que são escolhidos e emprestam sua colaboração. Uma dificuldade apontada pelo mesmo é que, embora esta regional esteja presente em 12 unidades federativas, há atualmente apenas 8 delegados, pois em alguns estados não há um só profissional adimplente com o Conselho.

- Delegados

Israel Sant'ana Areal – Acre
Elias D. L. Azulay – Maranhão
Luciana G. H. de Castro – Pará
Celene F. F. Ferreira – Tocantins
Tatianne Silva Marquetti – Mato Grosso
Alane Ferreira – Amazonas
Maracilda Soares – Amapá
Maria Lúcia Cavalcante Nunes – Goiás

Por fim, o corpo funcional efetivo do CONRERP 6º Região é composto por uma equipe pequena, composta por dois funcionários, admitidos através de concurso público, por se tratar de uma autarquia.

- Funcionários efetivos

Maria Lúcia Dutra - Assistente da Diretoria Executiva

Tony Clébio Brito - Auxiliar Administrativo

3.1.4 Estrutura Organizacional

A organização possui autonomia administrativa em relação ao CONFERP, o que a confere liberdade, observando suas atribuições e dispositivos legais, para se comunicar com seus públicos da maneira mais adequada e eficiente a seus perfis. Porém, um entrave para a execução de estratégias de comunicação mais vultuosas – que não raro são mais dispendiosas, são os recursos financeiros modestos e limitados. Um dificultador encontra-se na baixa adesão de profissionais ao registro, e também à inadimplência dos já registrados. Além disso, 25% de sua arrecadação, de acordo com a lei, é destinada ao órgão no âmbito federal.

Conforme inferido através da fala do entrevistado 02, a infraestrutura suporta adequadamente as atividades desenvolvidas pelo Conrerp. O Conrerp 6ª. Região dispõe de sede alugada, com computadores, fax, telefone, internet, sala de reuniões, tudo que um escritório completo, porém modesto tem. Atualmente cede espaço à sede da ABRP/DF que, em sua reestruturação financeira, está alugando sua sede própria para angariar fundos e fazer frente às despesas mais urgentes.

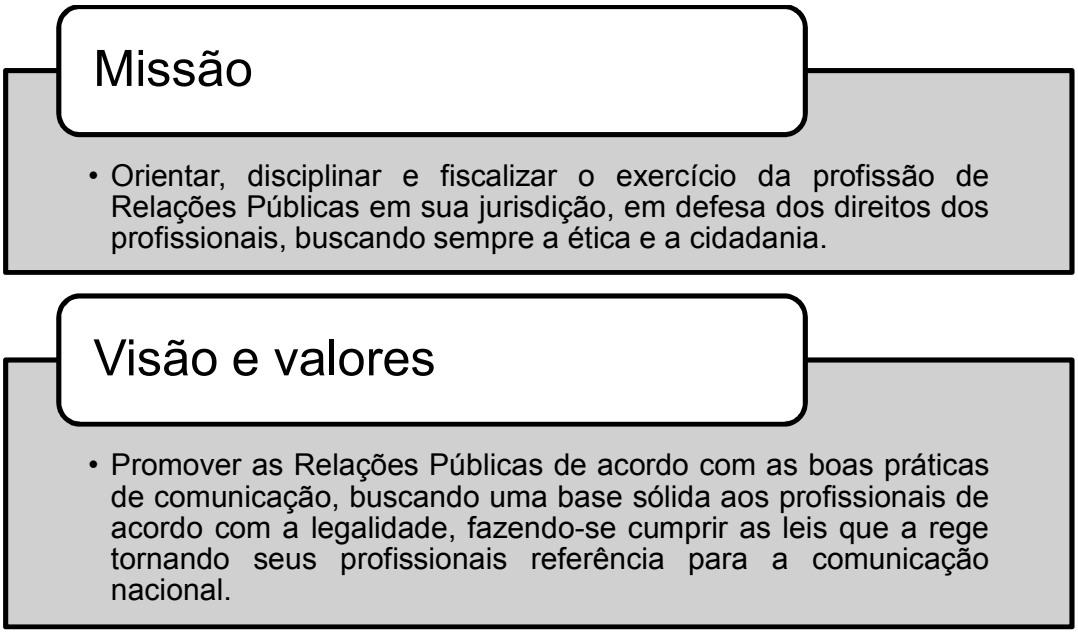
Um dos objetivos da gestão atual é manejar e angariar fundos para a aquisição de uma sede própria, preservando ainda o rigor contábil no cumprimento das obrigações financeiras e manutenção do balanço positivo das contas.

3.1.5 Princípios operacionais

Toda a atuação do sistema CONFERP, do qual o CONRERP 6º Região participa, é conduzida através do regimento e estatuto do CONFERP - resolução normativa nº 49, de 22 de março de 2003 e suas alterações (Anexo A).

Se tratando de um organismo social, a organização atua não só em suas atividades-fim previstas por lei, mas faz frente também no plano ideológico, ao possuir sua própria cultura e definir diretrizes de comportamento para seu exercício. Assim, possui estabelecido sua missão, visão e valores, conforme a seguir.

Quadro 05: Missão, visão e valores do Conrerp 6º Região



Fonte: a autora

Na análise dos questionários, categoria *Atividades desenvolvidas*, enquanto que as atividades-fim do Conselho - "normatizar", "registrar" e "fiscalizar" - somam juntas 21 menções, chama a atenção as 10 referências ao tema "atuar". À medida que as duas primeiras atividades possuem características passivas – normatizar enquanto atividade desenvolvida dentro do próprio Conselho e registrar apenas ocorrendo quando da procura dos profissionais os leva a buscar a organização – o termo atuar remete diretamente à ação, numa postura ativa, enérgica e diligente, que remete diretamente à atividade de fiscalizar. Assim, como uma autarquia sob controle do Estado, poderia se pensar na entidade como uma organização burocrática, e pelo senso construído ordinariamente à entidades governamentais em geral, moroso e desinteressado, mas não é o que se verifica de seus membros, pois nessas falas é premente a disposição para ação.

3.1.6 Símbolo organizacional

O processo de criação dos signos institucionais do sistema Conferp teve início no primeiro semestre de 2010, quando a diretoria executiva do Conferp solicitou um estudo básico à Ouvidor Comunicação, que se voluntariou a executar o

trabalho completo desde o estudo inicial, sua concepção, criação e finalização. Tempestivamente, a Ouvidor apresentou a concepção da criação:

> A concepção deste trabalho teve como referência as ideias de interação e movimento que estão implícitas no processo de comunicação. A Comunicação pressupõe interdependência e articulação das instâncias de produção e recepção, além do complexo processo de circulação. (OUVIDOR, [200?])

O principal elemento visual da marca inspira-se no movimento, representado por três arcos. A referência partiu da Ponte Juscelino Kubitschek, também conhecida como Ponte JK, situada em Brasília-DF.

> Os três arcos, inspirados pelo movimento de uma pedra ao quicar sobre o espelho d'água, não oferecem um ponto de vista único ou perspectiva retilínea. Estas modificações sutis proporcionam analogia com a dinamicidade do processo de interação, fundamental para o trabalho de Relações Públicas. (CONFERP/2011)

.

Em junho de 2010 quando o estudo da nova marca foi apresentado, em Belo Horizonte, em reunião do Órgão Consultivo, o mesmo já foi encaminhado para os Conrerps para que pudesse ser ajuizado e conferido em todas as suas formas de aplicação, no período de 29 de novembro de 2010 a 15 de janeiro de 2011, de acordo com as características regionais de cada jurisdição, para evitar que sua utilização fosse desarmônica e não se adaptasse as necessidades de todos os Conrerps.

Após as avaliações das considerações remetidas pelos Conrerps quanto a adequação da marca a seus usos e ajustes finais, no dia 01 de julho de 2011 a logomarca (Figura 04) foi oficialmente adotada, implantada e divulgada, com o Manual de Aplicação da Marca, que consta nos Anexos (Anexo B) para referência.

Figura 05: Logomarca Conrerp 6º Região, com escala cromática

Fonte: Manual de marca do sistema Conferp

A aplicação da marca institucional segue ainda as diretrizes contidas na portaria 116/2011 (Anexo C), que versa sobre a criação da logomarca e a padronização da identidade visual, chamada também de programação visual, do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais que compõem o Sistema Conferp.

3.1.7 Cultura organizacional

Na análise de conteúdo das entrevistas, na categoria *Cultura organizacional*, a unidade de registro que obteve maior quantidade de menções foi *profissão (de Relações Públicas)*. Depreende-se a razão disso ao fato de que a profissão de Relações Públicas é a razão de ser dos Conselhos, seu material de trabalho e sua vivência diária, logo deve constituir o primeiro pensamento de seus membros.

No teor geral das respostas de ambos os entrevistados, certifica-se o ambiente de cooperação mútua entre as esferas federal e regional do órgão, realçado sobretudo por intermédio da grande incidência da unidade de registro *sistema*, nas respostas do entrevistado 01, que indicam colaboração sinérgica entre as entidades. As unidades de registro *subordinação* e *autonomia*, com uma única citação, reforçam ainda essa proposição, pois enquanto o termo “autonomia” é acompanhado do adjetivo “plena”, o termo “subordinação” (em sua forma conjugada “subordinados”) é modulado pelo advérbio de limitação “apenas”, seguido do

advérbio “financeiramente”, atenuando o significado de sujeição do vocábulo. Assim o CONRERP, antes de um orgão subjugado por sua instância federal, é firmado como parte de uma estrutura colaborativa e interligada.

Por fim, na categoria *Cultura Organizacional* é possível ainda visualizar através das constantes utilização das unidades *estatuto*, *lei* e *regimento* serem estes os principais parâmetros operacionais da instituição. Desta forma, percebe-se que todas as ações concernentes à organização devem ser engendradas nesses padrões, o que conduz o pesquisador que deseje propor ações para a mesma, como é o caso do presente trabalho, a dedicar maior atenção a essas normativas, isto é, serve como um alerta para que seja dispensada extensa atenção a essas diretrizes.

Ritos, eventos e comemorações da organização

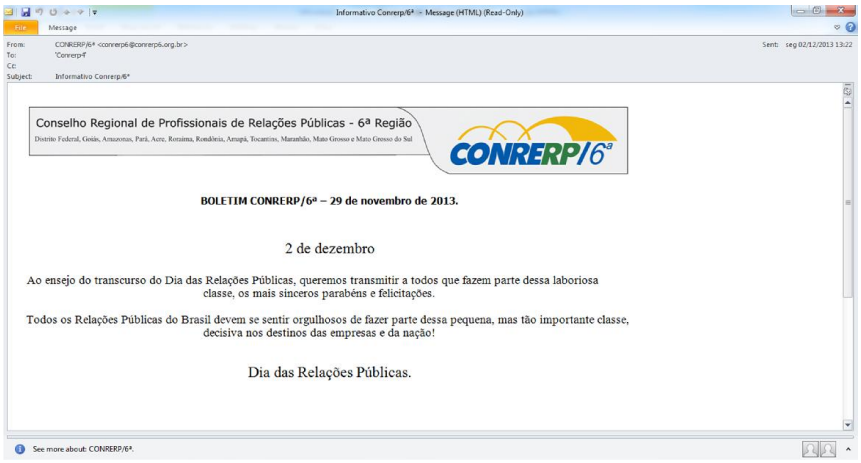
Foi verificado que datas importantes para as Relações Públicas são lembradas pela instituição, a exemplo do centenário das Relações Públicas no Brasil, que ocupa destaque no site (Figura 05) e do Dia das Relações Públicas, comemorado dia 02 de dezembro, e relembrado em 2013 no boletim Conrerp do dia 29 de novembro de 2013 (Figura 06).

Verifica-se ainda nos destaques do site espaço destinado para celebrar os aniversariantes do mês em curso, que ao ser selecionado abre arquivo digital em formato .pdf com a lista dos registrados nascidos no mês corrente.

Figura 06: Captura de tela da homepage do Conrerp 6º Região

Fonte: site institucional

Figura 07: Boletim Conrerp 6º Região – Dia das Relações Públicas



Informativo Conrerp/6ª - Message (HTML) (Read-Only)

From: CONRERP/6ª <conrerp6@conrerp6.org.br>
To: 'Conrerp-f'
Cc:
Subject: Informativo Conrerp/6ª
Sent: seg 02/12/2013 13:22

Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas - 6ª Região
Distrito Federal, Goiás, Amazonas, Pará, Acre, Roraima, Rondônia, Amapá, Tocantins, Maranhão, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul

CONRERP/6ª

BOLETIM CONRERP/6ª – 29 de novembro de 2013.

2 de dezembro

Ao ensejo do transcurso do Dia das Relações Públicas, queremos transmitir a todos que fazem parte dessa laboriosa classe, os mais sinceros parabéns e felicitações.

Todos os Relações Públicas do Brasil devem se sentir orgulhosos de fazer parte dessa pequena, mas tão importante classe, decisiva nos destinos das empresas e da nação!

Dia das Relações Públicas.

See more about: CONRERP/6ª.

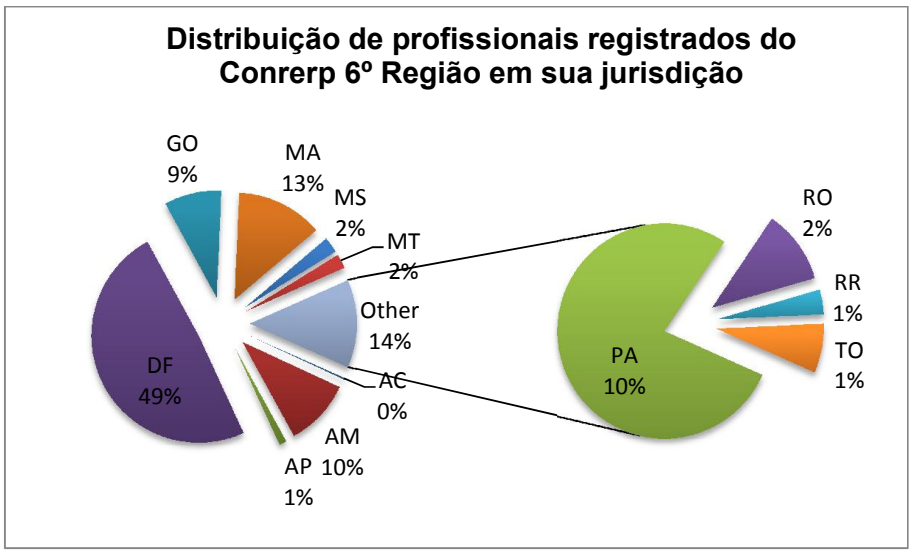
Fonte: comunicação eletrônica enviada pelo orgão

O site apresenta ainda galeria com fotos dos ex-presidentes, uma forma de preservar e contar sua história através dos anos. Não constam no site registros de eventos sociais, tendo como última atualização em registro fotográfico a 6ª Reunião Conjunta, 4ª Reunião do Órgão Consultivo, 3ª Reunião Ordinária e 4ª de Julgamento do Conselho Federal de Relações Públicas, ocorrida em 18/05/2012.

3.1.8 Públicos de interesse

Esperadamente, o público mais citado nas entrevistas foram os *profissionais* de Relações Públicas. São eles os atores primários sobre os quais são executadas as atividades do Conselho. Para termos uma panorama mais claro a respeito da situação de adesão ao registro profissional no Conrerp 6º Região, analisamos os dados de profissionais registrados de acordo com as informações do site do órgão em 07/06/2014. Primeiramente, foi relacionado a quantidade de profissionais registrados em cada unidade federativa do conselho. Depois, filtrado os que se encontram em situação “ativa”. Finalmente, dentre os ativos, quais estão “regulares”.

Gráfico 01: Distribuição de profissionais registrados do Conrerp 6º Região em sua jurisdição

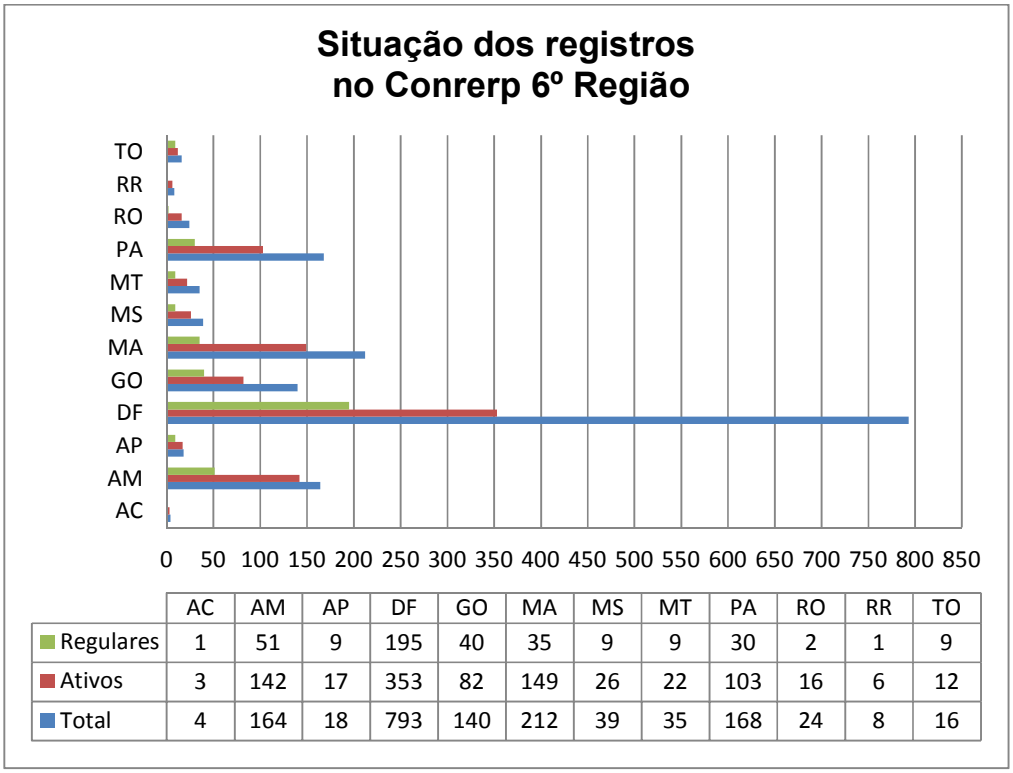


Fonte: a autora

O gráfico 01 ilustra bem a necessidade mencionada pelo entrevistado 02 de redimensionar a jurisdição do Conrerp 6º Região. Enquanto o Distrito Federal é responsável por quase metade dos registros do órgão (49%), os estados do Norte, com sete unidades federativas, possuem apenas 25% do total de registros. Da região Nordeste, o conselho atende apenas o estado do Maranhão, que representa 13% do total de registros. Verificando esses números, percebe-se que nesse território extenso, cada região possui singularidades no fator de presença oficial da profissão, que para melhor serem compreendidas e trabalhadas necessitam de uma melhor distribuição dentro do sistema Conferp.

Baseado ainda nesses dados de registro profissional, foi elaborado um segundo gráfico, desta vez demonstrando dados como profissionais declarados ativos e regulares.

Gráfico 02: Situação de registro no Conrerp 6º Região em 07/06/2014



	AC	AM	AP	DF	GO	MA	MS	MT	PA	RO	RR	TO
Regulares	1	51	9	195	40	35	9	9	30	2	1	9
Ativos	3	142	17	353	82	149	26	22	103	16	6	12
Total	4	164	18	793	140	212	39	35	168	24	8	16

Fonte: a autora

Mensurando a presença da organização em sua jurisdição através do número de profissionais registrados, pode-se melhor visualizar onde seu trabalho precisa ser intensificado, seja na necessidade de conscientizar os profissionais a se registrarem ou para incentivá-los a manter-se em situação regular.

A menção do *Governo* como segunda unidade de registro mais citada nas entrevistas, no entanto, já não apresenta tamanha obviedade. De acordo com o entrevistado 02, o Governo, ao passo que se apresenta na forma de órgão da administração superior, é também o principal contraventor do regulamento da profissão em Brasília, o que o torna um público complexo e com extensa necessidade de orientação.

Já as universidades e seus estudantes representam o futuro do fortalecimento das Relações Públicas e por extensão, de seu conselho, o que é conhecido dos entrevistados, conforme atestam as citações da unidade de registro *Universidade/estudantes/formandos*. Esse entendimento indica mais uma área na

qual o planejamento de Relações Públicas deve atentar-se para o benefício da instituição.

3.1.9 Meios de comunicação utilizados

Numa jurisdição tão extensa, e levando em consideração que o Conselho é emissor de importantes comunicações sobre a profissão e seu exercício, a escolha de meios eletrônicos[1] – *boletim* (2), co*nferência*s a *distância* (2), *site* (4), *e-mail* (5) e *Facebook*[2] (1) - acaba sendo uma solução não apenas viável do ponto de vista financeiro como também eficaz para cobertura de todo o vasto território, que poderão muito bem ser melhor trabalhados para produzir engajamento do CONRERP 6º Região e seus públicos.

Para assuntos internos, consultivos e deliberativos, ocorrem mensalmente reuniões virtuais com todos os Conrerps, além de duas reuniões anuais, uma em cada semestre, presenciais, sempre na sede de algum Conrerp. Para assuntos pontuais, são utilizados ainda o telefone e correspondências conforme necessidade.

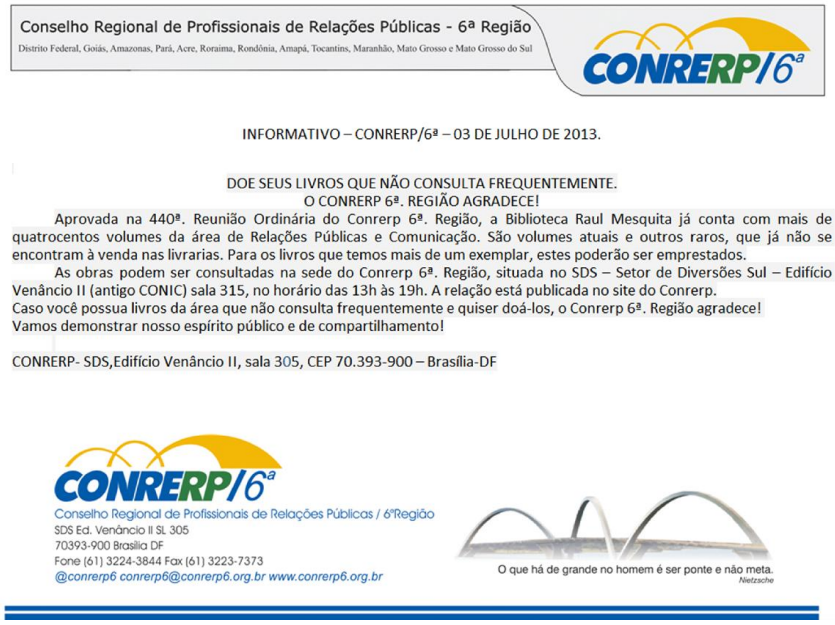
- Boletim

Conforme informado através de entrevista, não possui periodicidade fixa e é utilizado de acordo com o surgimento de questões pertinentes, por e-mail aos profissionais registrados. Ao interessados que não sejam registrados é possível cadastrar-se para recebê-los através do site.

[1] Os números em parênteses representam a quantidade de citações que a referida unidade de registro recebeu

[2] Em pesquisa realizada dia 01/06/2014, foi verificado que o Conselho Federal de Relações Públicas possui página oficial e com atualizações frequentes. As delegacias dos estados do Amazonas e Acre, jurisdição do CONRERP 6º Região, possuem página independente, e a delegacia do estado do Pará possui um perfil nessa rede social.

Figura 08: boletim eletrônico



Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas - 6ª Região

Distrito Federal, Goiás, Amazonas, Pará, Acre, Roraima, Rondônia, Amapá, Tocantins, Maranhão, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul

CONRERP/6ª

INFORMATIVO – CONRERP/6ª – 03 DE JULHO DE 2013.

DOE SEUS LIVROS QUE NÃO CONSULTA FREQUENTEMENTE.
O CONRERP 6ª. REGIÃO AGRADECE!

Aprovada na 440ª. Reunião Ordinária do Conrerp 6ª. Região, a Biblioteca Raul Mesquita já conta com mais de quatrocentos volumes da área de Relações Públicas e Comunicação. São volumes atuais e outros raros, que já não se encontram à venda nas livrarias. Para os livros que temos mais de um exemplar, estes poderão ser emprestados.

As obras podem ser consultadas na sede do Conrerp 6ª. Região, situada no SDS – Setor de Diversões Sul – Edifício Venâncio II (antigo CONIC) sala 315, no horário das 13h às 19h. A relação está publicada no site do Conrerp.
Caso você possua livros da área que não consulta frequentemente e quiser doá-los, o Conrerp 6ª. Região agradece!
Vamos demonstrar nosso espírito público e de compartilhamento!

CONRERP- SDS,Edifício Venâncio II, sala 305, CEP 70.393-900 – Brasília-DF

CONRERP/6ª
Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas / 6ªRegião
SDS Ed. Venâncio II SL 305
70393-900 Brasília DF
Fone (61) 3224-3844 Fax (61) 3223-7373
@conrerp6 conrerp6@conrerp6.org.br www.conrerp6.org.br

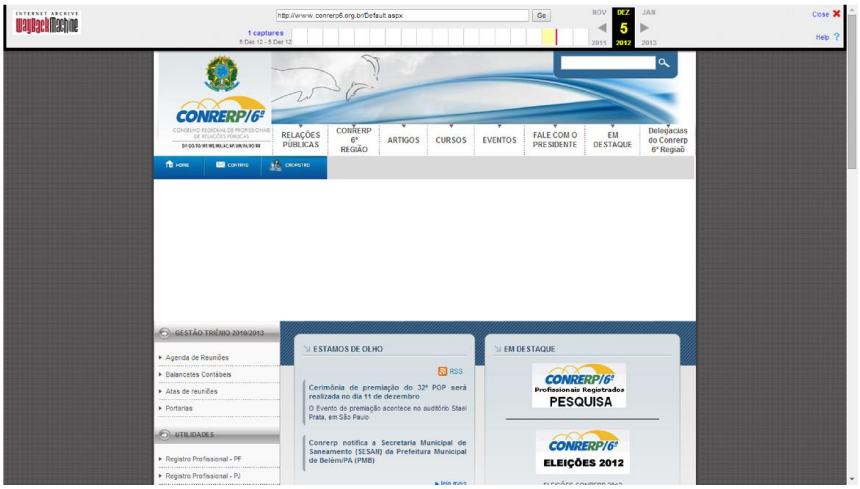
O que há de grande no homem é ser ponte e não meta.
Nietzsche

Fonte: comunicação eletrônica enviada pelo orgão

- Site

Utilizando-se da aplicação on-line Wayback Machine[3], verifica-se que o site está ativo pelo menos desde dezembro de 2012, com o mesmo layout que apresenta atualmente.

Figura 09: Captura de tela da página inicial do site do Conrerp 6° Região, de 05 de dezembro de 2012, obtida através da aplicação on-line *Wayback Machine*



Fonte: WayBack Machine

[3] Verificado em 07/06/2014, em http://web.archive.org/web/*/http://www.conrerp6.org.br/default.aspx

Em oposição, pode-se verificar que os sites das demais regionais (Figuras 08 a 12) apresentam layout mais moderno e interativo, consoante com as necessidades dialógicas dos públicos cibernéticos.

Figura 10: página inicial do site do Conrerp 1º Região

Fonte: www.conrerp1.org.br/ Acesso em: 01/06/2014

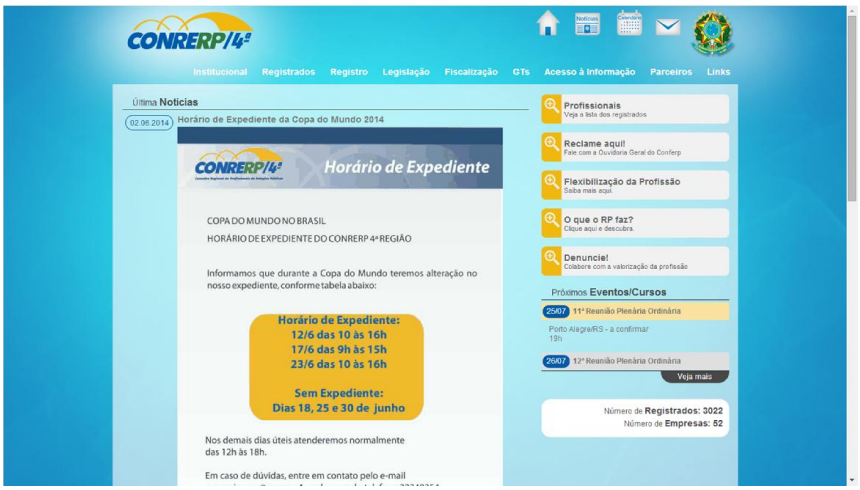
Figura 11: página inicial do site do Conrerp 2º Região

Fonte: www.conrerp2.org.br/ Acessado em: 01/06/2014

Figura 12: página inicial do site do Conrerp 3º Região

Fonte: www.conrerp3.org.br/ Acessado em 01/06/2014

Figura 13: página inicial do site do Conrerp 4º Região



Fonte: www.conrerp4.org.br/ acessado em 01/06/2014

Figura 14: página inicial do site do Conrerp 5º Região

Fonte: www.conrerp5.org.br/ Acessado em 01/06/2014

Uma importante informação pode ser obtida ao se contrastar os layouts das Regionais do Conrerp: não há obrigatoriedade de padronização nos sites, tendo em vista que todos são diferentes entre si. Estes podem – e devem – projetar seus sites buscando maximizar a usabilidade e acessibilidade de seus conteúdos. Além disso, deve destacar conteúdos relevantes e atrativos ao seu território, e o design do site deve privilegiar esses objetivos.

No site atual, a navegação se dá através de abas, horizontais (fixas) e verticais (que se alteram conforme o processo de navegação). As abas verticais na página inicial trazem os seguintes temas:

- GESTÃO TRIÊNIO 2010/2013
    - Agenda de Reuniões – não sofre atualização desde 2013
    - Balancetes Contábeis – não sofre atualização desde junho/2013.
    - Atas de reuniões – contém as atas de reunião até 15/04/2014, e também a ata da última reunião do GT REDISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DA 6ª. REGIÃO, de 25 de abril de 2014. Na página inicial, entretanto, consta ata tratando do mesmo assunto, datada de 30 e 31 de janeiro de 2014, que não foi arrolada nesta seção.
    - Portarias: apresenta como última portaria baixada a nº021/2013, de 26 de novembro de 2013.

- UTILIDADES

    - Registro Profissional – PF – enumera a documentação necessária para registro pessoa física, definitivo e provisório, cujos modelos encontram-se na aba “modelos”
    - Registro Profissional - PJ– enumera a documentação necessária para registro pessoa jurídica, cujos modelos encontram-se na aba “modelos”
    - Baixa Temporária – informa procedimentos para solicitação de baixa temporária
    - Transferência – discorre sobre a transferência de registro entre Conrerps.
- Baixa por aposentadoria – explica funcionamento da baixa por aposentadoria
- MODELOS
    - Modelo 1 - Requerimento de Registro
    - Modelo 2 - Declaração
    - Modelo 3 - Declaração de Registro
    - Modelo 4 - Declaração
- OUTROS
    - Links – elenca sites de relevância ao profissional de Relações Públicas
    - Bibliografia – indica bibliografia de interesse na área de comunicação
    - Currículos – espaço com formulário eletrônico para envio de currículo profissional, no entanto não indica com qual finalidade.
    - E-book Relações Públicas Digitais – disponibiliza gratuitamente para download o e-book "Relações Públicas Digitais - O pensamento nacional sobre o processo de Relações Públicas interfaceado pelas tecnologias digitais" de organização de Marcello Chamusca e Márcia Carvalhal.
    - Biblioteca Raul Mesquita Filho – disponibiliza link para visualização de arquivo no formato .pdf do acervo da biblioteca da instituição - Biblioteca Raul Mesquita.
- FALE COM A DIRETORIA – Traz lista de e-mails institucionais da presidência, tesouraria e secretaria geral, bem como o nome dos responsáveis por cada área.
- FALE COM O DELEGADO DO SEU ESTADO – traz email institucional dos delegados de cada unidade federativa que possui representação.

As abas horizontais trazem os seguintes assuntos-chave, dentro dos quais abrem-se novas abas verticais:

- Relações Públicas
    - Código de Ética – traz o código de ética da profissão
    - Exercício Profissional – traz o rol de atividades de Relações Públicas, de acordo com a lei.
    - Datas Comemorativas – cita duas datas comemorativas para a profissão, a saber: 26 de setembro - Dia Interamericano de Relações Públicas e 2 de dezembro - Dia Nacional das Relações Públicas, bem como sua origem.
    - Simbologia das Relações Públicas – traz explanação sobre os símbolos da profissão: o animal, a cor e pedra que a representam; traz ainda o juramento para colação de grau e principais abreviações do nome Relações Públicas.
    - Legislação – indica os locais onde podem ser encontrados os assuntos legais referentes a profissão.
- Conrerp 6º Região
    - Diretoria Executiva – traz lista dos atuais conselheiros regionais
    - Presidentes – traz listagem dos presidentes ao longo da história do Conrerp 6] Região, com datas dos respectivos mandatos
    - Palavra do Presidente – inclui plano diretor da atual gestão
    - Gestão Triênio 2010/2013 – traz breve texto sobre expectativas da gestão
    - Empresas Registradas – traz relação de empresas registradas nessa jurisdição
    - Galeria Ex –Presidentes – galeria fotográfica dos presidentes ao longo da história do Conrerp 6º Região
    - Fotos de eventos – não há conteúdo incorporado
- Artigos – não há conteúdo incorporado
- Cursos – espaço para divulgação de cursos de interesse da comunidade profissional, bem como relação das universidades que disponibilizam graduação em Relações Públicas na jurisdição. Último curso adicionado: setembro de 2012
- Eventos: traz eventos de interesse da comunidade profissional, bem como espaço para registros de eventos anteriores
    - Próximos Eventos: último evento cadastrado em 19/11/2013.
    - Eventos Realizados: não possui registros
- Fale com o presidente

- Formulário para envio de mensagem à instituição

- Em destaque: destinado a assuntos de evidência no site, que também aparecem na página inicial
- Delegacias do Conrerp 6º Região: traz relação com nome, endereço, telefone, e-mail e número de registro dos delegados da 6º Região.

Esse mapeamento não consta no site, e dada a quantidade de guias existentes que levam a abas secundárias, a navegação pode se tornar confusa, com notória dificuldade de acesso aos dados para usuários principiantes. Além disso, a falta de atualização faz com que o site não cumpra com a sua função informativa, não trazendo estímulos para engajamento dos públicos da organização.

- Twitter

A organização possui perfil no microblog twitter desde setembro de 2010, porém o mesmo não sofre atualizações de conteúdo desde agosto de 2011. Possui 475 seguidores e faz parte de 17 listas de interesses.

Figura 15: página do Conrerp 6º Região na rede social twitter

Fonte: https://twitter.com/conrerp6, acesso em 01/06/2014

3.2 Diagnóstico

De acordo com as informações levantadas até este ponto, foram identificadas as seguintes necessidades imediatas, fatores que servirão de guia para as estratégias que serão traçadas nesse trabalho, quais são:

- Viabilização do piloto de redistribuição territorial da 6º Região em Goiás

Esse projeto visa inicialmente a criação de uma delegacia com escritório físico na capital goiana, que proporcionará a base para a posterior criação de uma regional independente - Conrerp/Goiás, para atender a capital e os municípios do interior. Embora outras unidades federativas tenham sido suscitadas, exclusivamente este estado foi escolhido pelo Conferp para o lançamento da empreitada, para amplificar o aprendizado e possibilitar um percurso mais assertivo.

O Conrerp 6º Região possui um grupo de trabalho para coordenar os esforços pertinentes à divisão do território da 6º Região, cuja última reunião aconteceu no dia de 25 de abril de 2014. Foi formalmente manifestado através de ofício(Anexo x) à Universidade Federal de Goiás, em 14 de maio de 2014, interesse em instalar uma delegação federal no estado de Goiás, prelúdio para a criação do Conrerp/Goiás , no espaço da universidade em regime de parceria (comodato). De acordo com o registrado na ata desta reunião, o estado apresenta condições excelentes para implantação deste projeto piloto, pois possui a graduação em Relações Públicas em duas universidades, além de professores e alunos comprometidos com a investida. Essa proposta está em estudo pelo colegiado da FIC – Faculdade de Informação e Comunicação, sob primeira instância à coordenação do curso de Relação Públicas.

- Aumento do número de profissionais registrados

Seja despertando o interesse dos graduandos em Relações Públicas em obter o registro ou convencendo os profissionais já formados e inseridos no mercado a se legalizarem, é crucial que a ciência da importância do registro os leve a ação. Isso validará não só a missão do Conselho como também alçará novos patamares à profissão de Relações Públicas, frente a categoria e a sociedade.

- Diminuição da inadimplência entre os profissionais registrados

Tendo em vista os recursos limitados do orgão apresentar-se como um entrave para execução de diversas ideias, o cumprimento das obrigações financeiras bem como a oportunidade de melhoria dos processos e implantação de novas estratégias e atividades, terá grande conexão com a saúde financeira do órgão. Para isso, é necessário que suas fontes de receitas estejam devidamente circulando, e um dos pontos a se aperfeiçoar será a diminuição da inadimplência.

- Otimização do uso dos meios de comunicação digital

Considerando a extensão territorial sob diligência da 6º regional, bem como a quantidade escassa de recursos para as atividades de comunicação e a premente exigência dos públicos de informação ágil, variada e dirigida, as mídias digitais se constituem em um aliado das organizações, e seu aperfeiçoamento será bastante proveitoso.

- Estreitamento de laços com as universidades e estudantes

Conforme já mencionado, o público universitário dos cursos de Relações Públicas compreende importante público do Conrerp 6º Região como profissionais em potencial. Estar em sintonia com estes e criar vínculo com os mesmos desde os primeiros contatos com a sua qualificação profissional será fator determinante para o destino do orgão.

3.3 Estratégias de Relações Públicas

Apenas o advento legal não é suficiente para garantir que os profissionais de Relações Públicas façam a adesão ao registro no conselho regional. Porém, o fortalecimento de um conselho profissional representa também o fortalecimento da atividade que ele regulamenta, e vice-versa, e essa é uma vantagem também aos profissionais, pois legitima sua ocupação frente a sociedade e abre novos caminhos dentro da própria profissão. O foco estratégico será o de estimular essa conscientização e buscar a aproximação dos públicos-chave para obter o engajamento destes com o Conrerp 6º Região e o que ele representa em termos mais amplos que apenas o jurídico.

Sabe-se que estes são problemas antigos e amplamente discutidos no decorrer das atividades do Conrerp, e seria ingênuo acreditar que seriam esgotados com ações pontuais para essas complexas questões, porém este projeto visa lançar o alicerce para sistematizar o diálogo com esses públicos, uma coordenação inicial de esforços para abrir caminho para ações mais avançadas conforme o progresso nos relacionamentos propiciarem.

3.3.1 Título da atividade

Estratégias de Relações Públicas para aprimorar o engajamento dos públicos de interesse do Conrerp 6º Região

3.3.2 Públicos do planejamento

Os públicos contemplados nesse planejamento podem ser segmentados em dois grandes grupos: graduandos em Relações Públicas e profissionais de Relações Públicas – registrados ou não. São essas duas frentes que precisam ser cercadas de imediato para a obtenção de êxito das estratégias de Relações Públicas do Conrerp. Utilizando da análise de públicos proposta por França (2009), listamos os seguintes tipos, objetivos, prioridade, expectativas e resultados de relacionamento da organização com esses públicos:

Quadro 06 – Demonstrativo de tipos, objetivos, prioridade, expectativas e resultados de relacionamento das organizações com os públicos

Público	Tipo de relacionamento	Objetivos do Conrerp	Grau de dependência	Expectativas do Conrerp	Expectativas dos públicos
Profissionais de Relações Públicas	*Legal *Social	*Aumentar os registrados *Diminuir a inadimplência *Posicionar-se como aliado, e não algoz	*Essencial *Estratégico	*Engajamento *Reconhecimento *Adesão *Respeito às leis	*Suporte legal para o exercicio das RP *Divulgação da profissão *Informações ligadas a profissão
Estudantes	*Social	*Obtenção de apoio *Parceria na divulgação e aperfeiçoamento das RP	*Estratégico	*Engajamento *Ética *Reconhecimento	*Fortalecimento, Divulgação e salvaguarda da atividade de RP

Fonte: a autora

As ações elaboradas para este projeto procurarão conciliar esses interesses, numa comunicação dialógica de duas mãos.

3.4 Estratégias

- Aperfeiçoamento do uso dos meios de comunicação disponíveis
- Incentivo à regularização dos profissionais de Relações Públicas
- Estreitamento de laços entre o Conrerp e a Universidade
- Auxiliar na divulgação da criação da delegacia regional em Goiás

3.5 Plano de ações

Estratégia 01: Aperfeiçoamento do uso dos meios de comunicação disponíveis

Objetivos: Causar familiaridade dos públicos com as atividades do Conrerp 6º Região, trazendo a organização para seu dia-a-dia, tornando-a conhecida como referência de disseminação de conteúdo sobre Relações Públicas.

Ação 01 – Criação de diretrizes para a retomada do uso do microblog twitter
Descrição: apesar de possuir um perfil no Twitter, o mesmo encontra-se sem utilização. Propõe-se a volta de publicações periódicas de conteúdo de interesse de seus públicos. Para isso, devem ser criadas diretrizes para publicação planejada de tweets, contendo a periodicidade, quantidade e guia de temas de interesse do público.
Período de duração: assim que implementada será uma ação contínua
Justificativa: O twitter permite divulgar atualizações em tempo real, portanto poderá ser um importante aliado para informar os públicos das demais novidades de outras redes e do site , integrando-o a essas mídias. Permite a divulgação de causas/ movimentos através de uma comunicação instantânea, com uso das *hashtags*. Pode ser utilizado ainda para acompanhar as principais pessoas e organizações que influenciam a instituição ou que podem gerar conteúdo interessante para demais mídias. Por fim, permite uma comunicação personalizada e instantânea através de menções ou mensagens diretas.
Objetivos:

- Aproximar-se dos públicos usuários dessa rede
- Inteirar-se das notícias e tópicos atuais na área de Relações Públicas
- Conhecer e manter-se atualizado sobre os interesses dos públicos
- Aumentar o tráfego para o site

Públicos: Profissionais e estudantes

Recursos:

- *Humanos:* para gestão de mídias sociais e site, poderá ser utilizado a parceria da agência experimental do curso de Relações Públicas (ação 07). Na impossibilidade deste, um estagiário de comunicação, devidamente assistido, poderá executar as atividades.
- *Materiais*: Computador com acesso a internet
- *Financeiros*: Não haverá custos

Orçamento: Essa ação não envolverá gastos financeiros.

Método de Avaliação: O sucesso dessa ação poderá ser avaliado através dos seguintes indicadores, que poderão ser aferidos semanalmente:

- Evolução do número de *followers*
- Quantidade de *unfollow*
- Número de *Retweets*
- Número de cliques
- Quantidade de *Tweets* favoritados
- Assuntos mais retuitados, clicados e comentados
- Links retuitados
- Listas que o perfil é classificado
- Quantidade de *Replys* (menções)

Sugere-se o uso de ferramentas eletrônicas para facilitar essa mensuração.

Resultados esperados:

- Aumento do diálogo com os públicos desta mídia
- Maior número de acessos ao site
- Obter presença no espaço cibernético

Ação 02 – Utilização da rede social Facebook

Descrição: Conforme pesquisado, o Conrerp 6º Região não possui página cadastrada nesta rede social, que pode ser uma excelente oportunidade de produzir engajamento com os públicos dessa rede. Verifica-se que duas delegacias, dos estados do Amazonas e Acre, possuem página independente, porém para maior monitoramento da efetividade das ações para essa mídia, é necessário que a instituição tenha uma página própria, com acompanhamento e definição de uma linguagem única e adequada, para maximizar os resultados. Da mesma forma que na ação 01, devem ser criadas diretrizes para publicação planejada de posts, contendo a periodicidade, quantidade e guia de temas de interesse do público.

Período de duração: assim que implementada será uma ação contínua

Justificativa: O Facebook é a maior referência entre todas as redes sociais da atualidade. Agrega vários serviços em si: chat, videoconferências, galeria de imagens, anúncios, aplicativos, games, *feeds*, páginas empresariais, etc, que constituem atrativos não só a participação nessa rede como também a permanência de tempo conectado. Por isso, apresenta-se como uma plataforma multinterativa, com numerosas possibilidades de uso.

Objetivos:

- Facilitar o envolvimento da organização com seus públicos
- Aumentar o alcance das informações produzidas pelo órgão, e ao mesmo tempo reduzir custos
- Possibilitar feedback dos públicos de interesse
- Aumentar o tráfego para o site

Públicos: Profissionais e estudantes

Recursos:

- *Humanos:* para gestão de mídias sociais e site, poderá ser utilizado a parceria da agência experimental do curso de Relações Públicas da UFG - Simetria (ação 07). Na impossibilidade deste, um estagiário de comunicação, devidamente assistido, poderá executar as atividades.
- *Materiais*: Computador com acesso a internet
- *Financeiros*: correrão às expensas do órgão

Orçamento: Selecionando como objetivo inicial o aumento de acessos ao site institucional, nos doze estados de jurisdição do Conrerp 6º Região, entre homens e mulheres a partir de 17 anos de idade, no campo de estudos de Comunicação Social e Relações Públicas, o custo mínimo de acordo com o *Facebook Ads* por cada clique advindo de anúncio na rede social seria de R$0,31[4]. Para uma quantidade de 50 acessos diários, o custo semestral da ação seria de R$2.790,00.

Método de Avaliação: O resultado dessa ação poderá ser avaliado através dos seguintes indicadores, que poderão ser aferidos semanalmente:

- Evolução do número de *likes*
- Quantidade de "*unlike*"
- Número de comentários
- Usuários ativos mensalmente
- Visualizações por guia
- Quantidade de *likes* por histórico do *feed* de notícias
- Número de compartilhamentos
- "Falando sobre isso"
- Alcance

Sugere-se o uso de ferramentas eletrônicas para facilitar essa mensuração.

Resultados esperados:

- Aumento do diálogo com os públicos desta mídia
- Aumento do tráfego para o site

Ação 03 – Reformulação do site institucional

Descrição: De acordo com o já relatado no tópico 3.1.9 – Meios de comunicação utilizados, as atualizações do site são escassas, e a forma de navegação é truncada e ineficaz. Assim, é necessário tornar o site mais interessante para o seu público-alvo, de forma a estimular maior número de acessos. Para isso, será necessário renovar a estrutura de navegação do site, atendendo a princípios de usabilidade - acessibilidade, navegabilidade, identidade e conteúdo. Feito isso, o site precisa ser efetivamente usado, para atender ao fim que se destina – o de fornecer informações

[4] Simulação realizada através do site https://pt-br.facebook.com/business/products/ads. Acesso em 30/06/2014

corretas, atuais e fidedignas sobre a instituição. Também para esse meio devem ser elaboradas normas de conduta quanto ao tipo de conteúdo, linguagem, periodicidade de atualizações, para sistematizar o uso desse instrumento.

Período de duração: Tratativas para novo design do site (preparação do *briefing*, escolha do desenvolvedor, avaliação da nova arquitetura, testes de adequação): 45 dias.

Operacionalização (atualizações, revisões de conteúdo, etc): contínua a partir do momento em que o novo site estiver no ar.

Justificativa: Os websites não possuem limitações geográficas, cobrindo portanto toda a jurisdição do conselho. São ainda a porta de entrada para usuários à procura de informações sobre a instituição, e podem muitas vezes ser o primeiro contato dos públicos com o órgão, visto o mesmo não possuir escritórios em todas as unidades federativas que atende. Por fim, o site institucional reúne uma maior e mais detalhada quantidade de informações sobre a organização, mas para que esta chegue a seu destinatário, é preciso que este tenha uma boa forma de entrega do conteúdo.

Objetivos:

- Dar visibilidade as ações do Conrerp
- Fornecer informações acerca da organização e da profissão em volume e periodicidade adequada
- Tornar-se uma das referências na divulgação de assuntos relacionados ao exercício das Relações Públicas

Públicos: usuários que procurarem informações sobre Relações Públicas e sobre o Conrerp, com foco nos profissionais e estudantes de Relações Públicas.

Recursos:

- *Humanos:* para gestão de mídias sociais e site, poderá ser utilizado a parceria da agência experimental do curso de Relações Públicas da UFG - Simetria (ação 07 deste plano). Na impossibilidade deste, um estagiário de comunicação, devidamente assistido, poderá executar as atividades.
- *Materiais*: Computador com acesso a internet
- *Financeiros*: correrão as custas da organização

Orçamento: a partir de R$ 5.145,73[5]

Método de Avaliação: Serão consideradas as seguintes métricas, semanalmente:

- Número de visualizações da página
- Visualizações únicas
- Visitantes únicos
- Duração das visitas
- Taxa de Rejeição (*Bounce Rate*)

Sugere-se o uso de ferramentas eletrônicas para facilitar essa mensuração.

Resultados esperados: Espera-se que o número de acessos aumente em 70%, munindo os públicos que manifestam interesse em saber sobre a organização de informações atraentes e significativas, incentivando o acesso constante, que possibilitará a visualização de comunicação dirigida.

Estratégia 02: Incentivo à regularização dos profissionais de Relações Públicas

Ação 04 – Contatos individuais para regularização de registros irregulares

Descrição: Contato através de mala direta, convidando o registrado a se regularizar, explicando as vantagens e alternativas para regularização e procedimentos de contato para renegociação (Ação 05). Após o envio, se estabelecerá contato telefônico reforçando a ação, que ajudará também a atualizar as informações cadastrais. Espera-se o aumento da quantidade de contatos interessados na normalização e de efetivações de regularização, além de qualificação do cadastro de profissionais da Regional, que auxiliará a traçar o perfil dos registrados com baixo grau de engajamento e subsidiarão o planejamento de ações futuras.

Período de duração:

- Desenvolvimento e envio da mala direta: 15 dias úteis
- Contatos telefônicos: 20 dias úteis, realizados pelo menos 30 dias corridos após o envio das correspondências

Justificativa: De acordo com dados disponíveis no site do Conrerp 6º Região em 10/06/2014, há 541 registrados ativos em toda jurisdição que se encontram irregulares. É mister envolver-se com esse público para a regularização desse

[5] Valor obtido através de simulação on-line da empresa Ponto Code - http://www.pontocode.com/, em 10/06/2014

cenário, pois indicam uma situação de ilegalidade, além de representarem fontes de receitas não efetivadas.

Objetivos:

- Incentivar os profissionais a regularizarem seus registros
- Informar sobre as possibilidades de regularização
- Mostrar a presença e seriedade do Conrerp na fiscalização de irregularidades
- Qualificar os cadastros

Públicos: profissionais de Relações Públicas registrados, ativos e regulares

Recursos:

- *Humanos:* uma pessoa habilitada a desenvolver e enviar as malas diretas eletrônicas; uma pessoa para efetuar as ligações, durante duas horas por dia.
- *Materiais*: Computador, telefone, banco de dados dos registrados (impresso ou digital)
- *Financeiros*: correrão as custas da organização

Orçamento:

Quadro 07: orçamento da ação 04 - Contatos individuais para regularização de registros irregulares

Item	Quantidade	Valor unitário	Total
Impressão em papel couché 150g	550un	R$280,00	R$280,00
Postagem de mala direta via Correios	550 un	R$0,63	R$340,83
Ligações	541 min	R$0,29	R$332,34
Total			R$953,17

Fonte: a autora

Método de Avaliação: Serão empreendidos três métodos:

- Quantidade de regularizações efetuadas no semestre, para contabilização do resultado financeiro
- Quantidade de correspondências retornadas por ocorrências de endereço, para qualificação do cadastro
- Quantidade de ligações infrutíferas por número incorreto, para qualificação do cadastro

Resultados esperados: Espera-se taxa de conversão de no mínimo 50% no semestre entre todos os registrados, além de tornar as informações cadastrais mais acuradas

Ação 05 – Viabilização financeira para regularização de registros

Descrição: Estudo de viabilidade financeira para possibilitar condições atraentes para registrados que desejem normalizar sua situação junto ao órgão.

Período de duração: no mínimo uma reunião de planejamento

Justificativa: É necessário melhorar o nível de inadimplência do órgão, que atinge atualmente mais de 58% dos registrados ativos

Objetivos:

- Resgatar a saúde financeira do órgão ao recuperar créditos
- Melhorar o índice de inadimplência
- Ter maior quantidade de profissionais aptos ao pleno exercício das Relações Públicas

Públicos: profissionais inadimplentes com o Conselho

Recursos:

- *Humanos:* sugere-se a realização de reunião dos membros executivos do Conrerp com a assessoria jurídica e contábil do Conferp, para ampla discussão dos termos financeiros possíveis
- *Materiais*: computador, sala de reuniões
- *Financeiros*: não haverá aporte financeiro direto

Orçamento: essa ação não envolverá gastos financeiros.

Método de Avaliação: O método será comparativo entre o número de regularizações do semestre anterior com o semestre em que a ação for implementada.

Resultados esperados: diminuição da inadimplência com consequente entrada de receitas para o conselho.

Estratégia 03 - Estreitamento de laços entre o Conrerp e a Universidade

Ação 06– Contratação de um estagiário de comunicação

Descrição: Conforme autoriza a Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, organizações com até cinco funcionários perfazem a possibilidade de contratar no máximo um estagiário; sugere-se nesse caso a contratação de um estagiário de Relações Públicas para auxílio nas atividades de comunicação.

Período de duração: contratação imediata, com permanência de acordo com contrato de estágio.

Justificativa: Apesar da possível inexperiência dos estagiários, os mesmos possuem bom nível intelectual, familiaridade com assuntos referentes a comunicação, além de contato constante com as inovações propagadas no meio acadêmico, que podem trazer novo frescor para as atividades cotidianas do Conrerp. Além disso, é uma forma de abrir as portas da instituição para a academia e colocá-lo na pauta de assuntos dos acadêmicos.

Objetivos:

- Despertar o interesse dos estudantes em trabalhar com o Conrerp
- Intensificar as atividades de comunicação

Públicos: Tendo em vista que o Conrerp 6º é sediado em Brasília, limita-se o público a essa região

Recursos:

- *Humanos:* é necessário que o estagiário tenha um orientador para que se cumpra a finalidade educacional do estágio
- *Materiais*: computador, mesa, cadeira
- *Financeiros*: o pagamento de bolsa estágio + benefícios acessórios é a cargo da instituição

Orçamento: sugere-se o pagamento de R$600,00 + auxílio transporte de R$120,00 para vaga com 20h semanais. O custo semestral nesse caso será de R$4.320,00

Método de Avaliação: Sendo essa uma ação voltada para atividades-meio, seu resultado será avaliado de acordo com a melhora no panorama comunicacional da organização, ao passo em que atividades forem delegadas e cumpridas com êxito.

Resultados esperados: Otimização da frequência e qualidade de comunicação do Conrerp com seus públicos.

Ação 07 – Utilização de agências experimentais de Relações Públicas para gestão de mídias digitais

Descrição: Uma vez que a manutenção de mídias sociais por sua natureza não é sujeita a necessidade de ser realizada na sede da organização, a mesma pode ser terceirizada, e uma escolha viável são as agências experimentais de Relações Públicas fomentadas nas universidades. Sugere-se num primeiro momento a escolha da Simetria, agência experimental de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás- UFG para essa parceria, por fins de facilidade de adaptação e controle, tendo em vista a possibilidade de parceria entre a UFG e o Conrerp 6º Região para abertura de uma delegacia no espaço desta.

Período de duração: após implementação, contínuo

Justificativa: tendo em vista o corpo funcional diminuto da organização e também os recursos limitados, e a crescente necessidade de contato com os públicos, essa opção se torna bastante satisfatória

Objetivos:

- Providenciar a gestão de mídias sociais da organização de forma a não abalar as atividades já desempenhadas
- Aproximar os universitários da organização
- Propiciar constante inovação no uso de mídias digitais, considerando as universidades como campo fértil para aperfeiçoamento de processos.

Públicos: Estudantes

Recursos:

- *Humanos:* apesar de terceirizado, é importante que haja acompanhamento sistemático das ações desenvolvidas, de forma que é necessário um responsável por fazer a ponte entre a agência e o Conrerp
- *Materiais*: não se aplicam
- *Financeiros*: por se tratar de agência experimental de cunho educacional, não há cobrança ou custos

Orçamento: essa ação não implica custos

Método de Avaliação: Através de relatórios quinzenais, de acordo com as métricas estabelecidas nas ações 01 a 04.

Resultados esperados: Integração com os públicos da Universidade através da agência, destes com a atividade de Relações Públicas e indiretamente com suas diretrizes legais.

Ação 08 – Concurso Cultural de Fotografia

Descrição: Realização de concurso cultural de fotografia entre os alunos de graduação de Relações Públicas, com eixo temático ligado a comunicação, Relações Públicas, públicos. As fotografias escolhidas de acordo com regulamento apropriado estamparão peças do Conrerp 6º Região para o ano subsequente.

Período de duração: será realizado anualmente.

Justificativa: Concursos culturais são uma forma de interação espontânea, que gera identificação e simpatia com a organização

Objetivos:

- Interagir com o público
- Ganhar visibilidade
- Criar laços com os estudantes

Públicos: Estudantes de Relações Públicas

Recursos:

- *Humanos:* será necessário um responsável pela produção do regulamento e recebimento do material. O julgamento do material recebido será avaliado por comissão estipulada conforme regulamento.
- *Materiais*: a divulgação do concurso se dará inteiramente através das mídias digitais (Twitter, Facebook, e-mail às coordenadorias de curso de Relações Públicas e o site, que será o aglutinador de todas as informações sobre a competição).
- *Financeiros*: não haverá custos financeiros

Orçamento: não haverá custos financeiros

Método de Avaliação: Será avaliado o alcance e adesão ao Concurso pelo número de inscrições submetidas, bem como as métricas já descritas nas ações 01 a 03.

Resultados esperados: Espera-se despertar o interesse dos estudantes pelo Conrerp ao torná-lo cada vez mais presente no seu cotidiano, além disso, almeja-se o aumento de acessos ao site, provocando a visualização não só do Concurso Cultural como também de outras matérias.

Ação 09 – Confecção de agendas do Conrerp 6º Região

Descrição: Confecção de agenda capa dura personalizada com emblema do Conrerp 6º Região, com tiragem de acordo com manifestação de interesse prévia, e ilustrações provenientes do resultado do Concurso Cultural de Fotografia (Ação 09).

Período de duração: design, prazo para manifestação de interesse, confecção e remessa: 3 meses

Justificativa: É um artefato de utilidade diária, que acompanha o usuário por todo o ano e disponibiliza espaço para informações institucionais importantes, além de prestigiar os ganhadores do Concurso Cultural de Fotografia e dar proveito ao seu resultado.

Objetivos:

- Marcar presença no cotidiano do público
- Diversificar os meios de comunicação com o público
- Prestigiar os ganhadores do Concurso Cultural de Fotografia (ação 08)

Públicos: profissionais e estudantes de Relações Públicas

Recursos:

- *Humanos:* um responsável por controlar os pedidos, realizar e despachar as encomendas; uma para efetuar o design
- *Materiais*: Computador com internet, telefone
- *Financeiros*: será custeada pela organização

Orçamento: Estima-se R$30,00 reais por unidade, com frete incluso, totalizando R$7.500,00, de acordo com os resultados esperados.

Método de Avaliação: Será verificado o interesse através da quantidade de manifestações de interesse

Resultados esperados: Espera-se inicialmente tiragem mínima de 250 unidades.

Ação 10 – Palestras sobre a flexibilização da lei 5.377/67

Descrição: Realização de parcerias com as universidades que possuem o curso de Relações Públicas para realização de palestras para seus alunos, esclarecendo os aspectos da proposta de flexibilização da Lei 5.337/67, podendo aliar-se com conteúdos relativos a Legislação de Relações Públicas, Introdução a Relações

Públicas, dentre outras matérias de núcleo específico. Será utilizado ainda como incentivo certificado de participação.

Período de duração: um mês

Justificativa: A flexibilização da lei 5.337/67 é um assunto de extrema importância para toda a comunidade de Relações Públicas, de forma que sua discussão deve ser conduzida pelo Conselho que a está estudando, a fim de clarificar o tema e esclarecer dúvidas.

Objetivos:

- Promover o debate sobre a flexibilização da profissão, seu significado, seus efeitos
- Esclarecer dúvidas
- Obter uma primeira impressão sobre as reações dos estudantes sobre o tema
- Mostrar disponibilidade para discussão de assuntos de interesse desse público
- Obter mailing com e-mail de estudantes para ações futuras

Públicos: Estudantes de Relações Públicas

Recursos:

- *Humanos:* nas unidades federativas em que houver delegado ou conselheiro, o mesmo poderá ministrar a palestra. Acaso não haja nenhum habilitado, a mesma poderá ser administrada por voluntário membro do Conselho. Para a emissão de certificado de participação, um responsável por sua confecção.
- *Materiais*: Auditório, data-show, sistema de som; para os certificados, computador com acesso a internet.
- *Financeiros*: Tendo em vista se tratar de parceria, a utilização dos recursos materiais citados acima serão os disponibilizados pela própria universidade. No caso da emissão de certificado de participação, o mesmo poderá ser enviado em formato .pdf por e-mail, igualmente não gerando custos.

Orçamento: não haverá custos para essa ação

Método de Avaliação: contabilizado através da lista de presentes em cada palestra e número de certificados emitidos.

Resultados esperados: espera-se quórum mínimo de 60% dos estudantes do curso

Estratégia 04: Auxiliar na divulgação da criação da delegacia regional em Goiás

Ação 11 – Inserção de banner no sites

Descrição: Inserção de banner no site do Conrerp, celebrando a conquista da abertura da nova delegacia física em Goiás, direcionando o usuário para notícia dentro do próprio site. Negociar para incluir o mesmo também no site do Conferp.

Período de duração: 2 meses

Justificativa: Trata-se de alternativa de baixo custo que visa trazer destaque para a abertura de delegacia com espaço físico no Estado de Goiás

Objetivos:

- Destacar a nova divisão do Conrerp 6º Região em Goiás
- Informar sobre as possibilidades de serviços disponíveis nessa delegacia
- Enaltecer a conquista de mais um espaço
- Demonstrar o empenho para cobertura mais efetiva do território

Públicos: Profissionais, estudantes, clientes de Relações Públicas

Recursos:

- *Humanos:* programador em flash, ou empresa terceirizada para desenvolver o banner
- *Materiais*: trata-se de complemento do próprio site
- *Financeiros*: as custas de desenvolvimento ficarão as expensas do órgão

Orçamento: R$80,00, para banner .SWF (Flash) - 468 x 60[6]

Método de Avaliação: serão contabilizados números de acessos a essa notícia no site, conforme métricas estabelecidas na ação 04.

Resultados esperados: espera-se que, dentre o tráfego do site, um mínimo de 50% acesse a notícia através do banner.

Ação 12 – Solenidade de inauguração da delegacia do Conrerp 6º Região em Goiás

Descrição: Evento corporativo marcando o início oficial da operação da delegacia do Conrerp 6º Região em Goiás. Conforme a tipologia do evento, serão convidadas

[6] Conforme tabela padrão da empresa New Commerce Brasil, disponível em http://www.ncriacaodesites.com.br/criacao_de_sites_paginas/CRIACAO_DE_SITES_RIO_DE_JANEIRO/Criacao_de_Banner.html, acesso em 10/06/2014

autoridades dos Conselhos Federal e Regional, parceiros do Conrerp 6º Região envolvidos com a abertura da delegacia (se a mesma se localizar no espaço da UFG, autoridades também desta instituição). Para a realização da solenidade deverá ser buscado parceria com coordenações de curso de Relações Públicas em Goiás, para que a mesma seja realizada dentro do cronograma de eventos acadêmicos de comunicação do estado (Feicom, RP em debate, ambos da UFG, Seminário Interdisciplinar da Fara, da Faculdade Anhanguera, dentre outros) para moderação de custos. Acaso a sede seja instalada nos espaços da universidade, será feita entrega de placa de homenagem ao Reitor pela contribuição na empreitada.

Período de duração: Coordenação do evento: no mínimo 30 dias

Justificativa: A abertura de delegacia do órgão em Goiás representa uma importante conquista para o sistema Conferp, para a profissão e também para o estado, de forma que deve-se empenhar para que o fato seja devidamente celebrado e noticiado.

Objetivos:

- Geração de mídia espontânea
- Visibilidade da organização dentro do evento
- Networking

Públicos: Conselheiros, delegados, profissionais, estudantes

Recursos:

- *Humanos:* Será necessário um cerimonial pela organização do evento; um mestre de cerimônias para condução da solenidade, um fotógrafo para registro da ação.
- *Materiais*: Tesoura, fita, placa de homenagem
- *Financeiros*: os custos do material ficarão as expensas do órgão

Orçamento mínimo:

Quadro 08: orçamento da ação 12 – Solenidade de inauguração da delegacia do Conrerp 6º Região em Goiás

Item	Quantidade	Valor unitário	Total
Fita de cetim para corte	10 mts	R$ 20,00	R$ 20,00
Placa de Homenagem[7]	01	R$110,00	R$110,00
Total			130,00

Fonte: a autora

Método de Avaliação: através de clipping

Resultados esperados: Espera-se a presença do acontecimento em mídias impressas e on-line locais e regionais.

3.6 Cronograma

Quadro 09: Cronograma

ATIVIDADES	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06
Ação 01: Criação de diretrizes para a retomada do uso do microblog twitter	■					
Ação 02: Utilização da rede social Facebook	■					
Ação 03: Reformulação do site institucional	■	■				
Ação 04: Contatos individuais para regularização de registros irregulares				■		
Ação 05: Viabilização financeira para regularização de registros			■			
Ação 06: Contratação de um estagiário de comunicação	■					
Ação 07: Utilização de agências experimentais de Relações Públicas para gestão de mídias digitais	■					
Ação 08:Concurso Cultural de Fotografia				■		
Ação 09: Confecção de agendas do Conrerp 6º Região					■	
Ação 10: Palestras sobre a flexibilização da lei 5.377/67			■			
Ação 11: Inserção de banner no site						■
Ação 12: Solenidade de inauguração da delegacia do Conrerp 6º Região em Goiás						■

Fonte: a autora

[7] Conforme tabela da empresa Placas Prontas do Brasil, placa em aço inox com gravação, tamanho 15X10 cm, em http://placasprontasdobrasil.com/Tabela-Placa-Homenagem.php, acesso em 10/06/2014

3.7 Orçamento geral

Quadro 10: Orçamento geral

ATIVIDADES	Valor (por semestre)[8]
Ação 01 – Criação de diretrizes para a retomada do uso do microblog twitter	R$ 0,00
Ação 02 – Utilização da rede social Facebook	R$ 2.790,00
Ação 03 – Reformulação do site institucional	R$ 5.145,73
Ação 04 – Contatos individuais para regularização de registros irregulares	R$ 953,17
Ação 05 – Viabilização financeira para regularização de registros	R$ 0,00
Ação 06– Contratação de um estagiário de comunicação	R$ 4.320,00
Ação 07 – Utilização de agências experimentais de Relações Públicas para gestão de mídias digitais	R$ 0,00
Ação 08 – Concurso Cultural de Fotografia	R$ 0,00
Ação 09 – Confecção de agendas do Conrerp 6º Região	R$ 7.500,00
Ação 10 – Palestras sobre a flexibilização da lei 5.377/67	R$ 0,00
Ação 11 – Inserção de banner no sites	R$ 80,00
Ação 12 – Solenidade de inauguração da delegacia do Conrerp 6º Região	R$ 130,00
Total	R$ 20.918,90

Fonte: a autora

[8] As ações 03, 11 e 12 são acontecimentos únicos, sem repetição prevista

CONCLUSÃO

A literatura corporativa, e principalmente voltada às Relações Públicas, possui vasta quantidade de informações, modelos e casos de sucesso, porém na área de comunicação não há fórmulas prontas: é preciso trabalho árduo para direcionar os recursos existentes de forma a extrair o máximo de rendimento e obter o melhor resultado possível. Percebeu-se que a atividade de Relações Públicas exige um planejamento detalhado, sistematizando todas as áreas que serão envolvidas em cada projeto, para que sua execução ocorra de forma apropriada, sem imprevistos que comprometam seu andamento.

A principal expectativa deste trabalho foi dar os primeiros passos em direção ao revigoramento do Conrerp 6ª Região, pois seu fortalecimento significa também o engrandecimento da atividade de Relações Públicas. Almejando uma profissão cada vez mais reconhecida e a consolidação das Relações Públicas frente a sociedade, foi verificado excelente oportunidade de fortalecimento da atividade através do revigoramento de seu Conselho Regional, como representante maior do exercício profissional ético, transparente e eficiente.

Apesar dos entraves de ordem de pessoal e financeiro, crê-se que o projeto contribuirá para um melhor desempenho econômico e institucional, e que possui flexibilidade suficiente para abarcar eventuais contratempos quando de sua implementação, podendo contribuir de fato para o engradecimento da organização frente a seus públicos. Espera-se que as ações obtenham os resultados esperados, pois foram cuidadosamente pensadas e planejadas para se adequadar ao perfil da organização, respeitar sua limitações, explorar suas potencialidades e principalmente colaborar no atendimento das suas necessidades mais urgentes.

REFERÊNCIAS

ABRP. **Perfil da Entidade**. http://www.abrpsp.org.br/index.php/abrp/PerfilEntidade acesso em 25/04/2014

ANDRADE, Candido Teobaldo de. **Para entender Relações Públicas**. Edições Loyola, 1983

BALDISERA, Rudimar & SÓLIO, Marlene Branca. **Relações Públicas – Processo histórico e Complexidade.** In: MOURA, Cláudia Peixoto de (Org.) História das Relações Públicas : fragmentos da memória de uma área – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. **Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968**.

_____. **Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967**.

CONFERP. **Manual de identidade sistema Conferp**, 2011.

_____. **Resolução normativa nº 49, de 22 de março de 2003**

FACHINE, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 5. Ed [rev.]. São Paulo: Saraiva:2006.

FARHAT, Saïd. **Lobby: o que é: como se faz: ética e transparência na representação junto a governos.** São Paulo: Peirópolis, 2007. E-book disponível em http://books.google.com.br/books?id=lnR-w3HZ7HEC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false. Acesso em 12/05/2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997 (5ª ed).

_____.**Relações Públicas na gestão estratégica da comunicação integrada nas organizações**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org) Relações Públicas: História, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. Edição revista. São Paulo: Summus, 2003.

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003

PINHO, Júlio Afonso. **O contexto histórico do nascimento das Relações Públicas**. In: MOURA, Cláudia Peixoto de (Org.) História das Relações Públicas : fragmentos da memória de uma área – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. 3° Ed. São Paulo, Summus , 1995.

TOZONI-REIS, Marília Freitas de Campos. **Metodologia da Pesquisa**. 2 Ed. – Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009

VERCIC, D., GRUNIG L. A. & GRUNIG, J. **"Global and Specific Principles of Public Relations: Evidence from Eslovenia".** In: CULBERTSON, Hugh M. & CHEN, NI. International Public Relations. A Comparative Analysis. Mahwah: Lawrence Erlbaum Association, 1996. E-BOOK, disponível em https://play.google.com/books/reader?id=6WoAAgAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=pt_BR&pg=GBS.PT43.w.5.1.17. Acesso em 08/05/2014.

APÊNDICE A – Entrevista com Dr. Thiago Mainieri, Conselheiro Suplente do Conferp

Imprimir Fechar

Re: FW: Questionário de diagnóstico para TCC - CONRERP 6° Região

De: **Tiago Mainieri** (tiagomainieri@gmail.com)
Enviada: sábado, 10 de maio de 2014 10:01:37
Para: Paula Valquiria (paula.valquiria@hotmail.com)

Olá, Paula
Algumas das questões não tenho condições de responder, pois não participo da diretoria executiva do Conrerp 6 região, desse modo sugiro que envie o questionário para o Bernardo (presidente do Conrerp 6 região). Vou tentar ajudar nas questões sobre o Conferp, pois atuo como Conselheiro Federal.
att., Tiago

QUESTIONÁRIO DE PERGUNTAS ABERTAS

graduanda em Comunicação Social – bacharelado em

Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás

O presente questionário visa subsidiar com informações acerca do CONFERP/

CONRERPs a pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, em

corrente elaboração.

1. Quais fatos na história dos Conselhos federal e regionais podem ser

apontados como marcantes/ decisivos, desde sua criação? Quais foram os

impactos destes?
A própria criação do Sistema Conferp foi uma conquista para as RP, em especial para os profissionais. A importância do Conselho vai além do registro e fiscalização da profissão, mas estaco a relevância de seu papel político na sociedade. Destaco como datas/fatos marcantes na trajetória do sistema Conferp, a criação do Código de Ética de RP, a realização do Parlamento Nacional, o processo em curso de flexibilização da profissão, dentre outros.

2. Existe algum fato relevante ou notável na história do CONRERP 6° Região?

3. Há fontes documentais da história do CONFERP e CONRERPs? Onde
Na sede do Conselho Federal e dos Regionais existe todo um acervo documental que retrata a trajetória do

próprio sistema. Além desse material físico, existe muita informação disponibilizada nos sites oficiais do Conferp e Conrerps. Farto material está sendo disponibilizado por profissionais do Brasil todo em comemoração ao Centenário das RP no Brasil.

4. Quais as atribuições do CONFERP, CONRERP e ABRP? No que diferem?

No que se assemelham? Como se relacionam no cotidiano de suas

Sugiro leitura do regimento e estatuto do sistema Conferp, disponível no site.

5. Quais os principais objetivos do CONFERP em sua atuação? E dos

CONRERPs?

Conforme estatuto e regimento do sistema, o principal objetivo é atuar na fiscalização e registro dos profissionais de RP.

6. Até que ponto as regionalidades afetam o trabalho do CONFERP pelo

A atuação se dá de forma coordenada, pois constitui-se em um sistema.

7. É possível apontar características peculiares no exercício das atividades do

CONRERP 6° região?

8. Qual o perfil do profissional filiado ao CONRERP 6° Região?

9. No território abrangido pela 6° região é possível indicar necessidades

especiais dentro de cada macrorregião (Centro-Oeste e Norte)? E entre

cada unidade federativa?

10.Qual o nível de autonomia nos processos comunicativos e administrativos/

decisórios entre os CONRERPs e CONFERP? Como se dá essa

subordinação?

11. Quais os recursos físicos / humanos disponíveis ao CONRERP 6° região?

12. Quantos são e como funciona o trabalho dos delegados?

13.Quais os meios de comunicação utilizados atualmente pelo CONFERP?

E pelo CONRERP 6° região? Quem são os responsáveis por sua

administração?
O Sistema é bastante enxuto, depende basicamente dos conselheiros (que é executam um trabalho não remunerado). Os canais principais são o site, face, e-mail e correspondência aos registrados.

14.Como se dá a comunicação entre o CONFERP e os CONRERP? E dos

CONRERPs entre si?
São realizadas reuniões periódicas, de acordo com estatuto e regimento do sistema. No entanto, o contato é periódico dentro do sistema, por e-mail, telefone, webconferências, etc.

15. Como se dá a relação do CONRERP com as universidades?
No Conferp existe uma Comissão de Relacionamento com as Universidades.

16.O CONRERP 6° Região estabelece alguma forma de contato com

estudantes/formandos?

17.Há parcerias entre o CONRERP 6° Região e outras organizações/

18.Como funciona o relacionamento do CONRERP 6° Região com seus

associados? Há uma periodicidade definida para contatos ou estes ocorrem

de acordo com necessidades pontuais?

19. Há comunicação dirigida e/ou personalizada entre o CONRERP 6° região e

seus públicos?

20. Quais as necessidades atuais e emergentes do CONRERP 6° região?

Obrigada pela colaboração e atenção!

Em 6 de maio de 2014 12:31, Tiago Mainieri <tiagomainieri@gmail.com> escreveu:

> Recebido, assim que eu responder te retorno.
> att
>
> Em 6 de maio de 2014 11:53, Paula Valquiria <paula.valquiria@hotmail.com> escreveu:

-------- Mensagem original --------
Assunto: FW: Questionário de diagnóstico para TCC - CONRERP 6° Região
De: Paula Valquiria <paula.valquiria@hotmail.com>
Para: thiagomainieri@gmail.com
Cc: lutiana_rp@yahoo.com.br,Livia Marques Ferrari de Figueiredo <liviamarquesferrari@hotmail.com>

Boa tarde Dr. Thiago Mainieri,

Meu nome é Paula Valquíria Torres de Melo Felipe, sou graduanda do 8° período de Relações Públicas na Universidade Federal de Goiás e estou desenvolvendo na segunda fase do meu trabalho de conclusão de curso um projeto experimental que tem como objetivo geral traçar estratégias de Relações Públicas para o Conselho Regional de Relações Públicas, sob orientação das professoras Lívia Marques e Lutiana Casaroli. Gostaria de contar com a sua colaboração, conforme contato telefônico, ao responder o questionário em anexo. Estou a disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Atenciosamente,

Paula Valquíria Torres de Melo Felipe
Graduanda em Com. Social - Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás
(62) 32103966 / 32109865 / 81399981 (TIM - Whatsapp)

--
Prof. Tiago Mainieri
Doutor em Ciências da Comunicação - USP
Professor pesquisador - Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FACOMB) - Universidade Federal de Goiás

--
Prof. Tiago Mainieri
Doutor em Ciências da Comunicação - USP
Professor pesquisador - Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FACOMB) - Universidade Federal de Goiás

APENDICE C- Entrevista com Sr. Bernardo de Felippe Jr., presidente do Conrerp 6º Região

Imprimir Fechar

RES: Questionário de diagnóstico para TCC - UFG

De: **Bernardo de Felipe Junior** (bernardo@dimensaopropaganda.com.br)
Enviada: segunda-feira, 12 de maio de 2014 12:30:43
Para: 'Paula Valquiria' (paula.valquiria@hotmail.com)

Cara Paula Valquíria,

Num momento em que estamos tentando estreitar o relacionamento do Conrerp 6ª. Região com a UFG onde vc estuda, acho muito oportuno seu questionário.

Como algumas questões se interagem, vou procurar respondê-las individualmente, com raciocínio direto e exclusivo, ok?

Contate a profa. Lívia acerca das tratativas da criação da delegacia federal do Conferp aí em Goiânia.

Tão logo termine de responder, remeto a vc, ok?

Abs,

Bernardo

Conrerp 6ª. Região

Presidente

De: Paula Valquiria [mailto:paula.valquiria@hotmail.com]
Enviada em: segunda-feira, 12 de maio de 2014 10:38
Para: presidencia@conrerp6.org.br
Cc: Livia Marques Ferrari de Figueiredo; lutiana_rp@yahoo.com.br
Assunto: Questionário de diagnóstico para TCC - UFG

Ao Sr. Bernardo De Felippe Jr.

Presidente do Conselho Regional de Relações Públicas - 6° Região

Bom dia,

Meu nome é Paula Valquíria Torres de Melo Felipe, sou graduanda do 8° período de Relações Públicas na Universidade Federal de Goiás e estou desenvolvendo na segunda fase do meu trabalho de conclusão de curso um projeto experimental que tem como objetivo geral traçar estratégias de Relações Públicas para o Conselho Regional de Relações Públicas, sob orientação das professoras Lívia Marques e Lutiana Casaroli. Gostaria de contar com a sua colaboração ao responder o questionário em anexo. Estou a disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Atenciosamente,

Paula Valquíria Torres de Melo Felipe

Graduanda em Com. Social - Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás

(62) 32103966 / 32109865 / 81399981 (TIM - Whatsapp)

QUESTIONÁRIO DE PERGUNTAS ABERTAS

Paula Valquíria Torres de Melo Felipe,
graduanda em Comunicação Social – bacharelado em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás
Contato: paula.valquiria@hotmail.com

O presente questionário visa subsidiar com informações acerca do CONFERP/ CONRERPs pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, em corrente elaboração.

1. Quais fatos na história dos Conselhos federal e regionais podem ser apontados como marcantes/ decisivos, desde sua criação? Quais foram os impactos destes?

   Na minha opinião o fato mais marcante, depois da Lei 5377, foi a criação do Conselho Federal e os Conselhos Regionais. A própria criação dos conselhos em si já é um fato extremamente marcante. O impacto foi visível: a lei e o regulamento vieram normatizar a profissão e os conselhos, fiscalizar o seu cumprimento. Outros fatos marcantes na profissão em Brasília foi o XX Congresso brasileiro de RP, em 1982 e o Congresso Interamericano de RP realizado há dois anos em Brasília.

   Como fato marcante podemos destacar também as licitações realizadas pelo Governo Federal especificamente para empresas de Relações Públcias. Antes, todas as licitações eram agregadas às de Propaganda.

2. Existe algum fato relevante ou notável na história do CONRERP 6° Região?

   O Conrerp 6ª. Região surgiu em 1984, quando um grupo de profissionais, do qual também fiz parte, solicitou o desmembramento da 3ª. Região, com sede em Belo Horizonte - MG ao Conferp, para que o Conrerp 6ª. Região fosse criado, com sede em Brasília. A ideia era ter um conselho que atuasse em Brasília, que possui características únicas nos estados da federação. Mas, a história não foi bem assim...

   Como nosso conselho é extremamente organizado, logo algumas outras regiões foram agregadas a pedido do Conferp como os estados do centro-oeste como Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Rondônia e outros que enfrentavam dificuldades como o Conrerp 7ª. Região, dos estados do Norte, que enfrentava dificuldades e foi agregado. Assim, os estados do Amazonas, Pará, Amapá, Acre, Tocantins e Roraima também foram agregados ao Conrerp 6ª.. Já o

Maranhão, que também tinha um Conrerp, fruto de problemas mais sérios, foi desativado e também passou ao Conrerp 6ª. Região.

Assim é que hoje temos sob nossa jurisdição, 12 estados da federação, contrariando frontalmente o pensamento original de atuar em Brasília.

Acho que todo esse processo foi formado por fatos relevantes, já que nosso conselho conseguiu, mesmo à custa de muito sacrifício, fazer o Conferp estar presente em todos esses estados. Agora, estamos caminhando para o processo inverso de criação de novos conrerp´s e deixar a 6ª. Região mais leve e destinada a sua orientação de princípio.

3. Há fontes documentais da história do CONFERP e CONRERPs? Onde acessá-las?

   Sim. Os Conrerp´s e Confer possuem essas fontes. Basta acessar seus sites e pesquisar. Ou então entrar em contato telefônico ou via e-mail. www.conferp.org.br e www.conrerp6.org.br

4. Quais as atribuições do CONFERP, CONRERP e ABRP? No que diferem e se assemelham? Como se relacionam no cotidiano de suas funções?

   A função do Conferp é essencialmente normatizadora. A do Conrerp é normatizadora e fiscalizadora. Os profissionais de RP são compulsoriamente registrados e somente após estão aptos a exercerem legalmente a profissão. Tanto o Conferp quanto os Conrerp´s são autarquias federais. As contas são aprovadas anualmente pelo TCU e seus conselheiros são responsáveis pela gestão.

   A função da ABRP Nacional e suas seções estaduais é a de difundir e valorizar a profissão de RP. Seus associados são voluntários e têm na ABRP seu organismo social, de valorização e também de criação de eventos sociais e cursos para capacitação e aperfeiçoamento profissional.

5. Quais os principais objetivos do CONRERP em sua atuação?

   O principal objetivo do Conrerp é o de atuar em sua jurisdição, defendendo a sociedade da atuação de maus profissionais de RP. E também fiscalizar o exercício dos profissionais, que devem ser formados, em instituições de ensino superior e registrados no Conrerp de sua região.

6. É possível apontar características peculiares no exercício das atividades do CONRERP 6° região?

Sim. Nós atuamos principalmente em Brasília, onde está o Governo Federal e seus principais órgãos. E o grande contraventor de nossa lei, da nossa profissão é justamente o Governo! Quase todos os profissionais registrados na 6ª. Região trabalham no ou para o Governo. Daí nosso conselho ser único e diferente de todos.

7. Qual o perfil do profissional filiado ao CONRERP 6° Região?

   Maioria do sexo feminino, faixa etária acima dos trinta anos, com mais de dez anos de experiência na profissão e funcionário público ou de empresa que presta serviço ao governo.

8. No território abrangido pela 6° região, e possível indicar necessidades especiais dentro de cada macrorregião (Centro-Oeste e Norte) e entre cada unidade federativa?

   Sim. Norte e Nordeste (Maranhão), necessidade maior divulgação da profissão de Relações Públicas e suas atribuições. Inclusive para os organismos estaduais (governo, empresas e órgãos governamentais). Centro-Oeste, necessidade de convencimento aos profissionais para efetivarem seus registros. Brasília, com suas características que já foram arroladas.

   Em todos, necessidade maior de divulgação e uma fiscalização mais efetiva, o que ainda não temos condições de implementar, em função dos parcos recursos disponíveis.

9. Qual o nível de autonomia nos processos comunicativos e administrativos/ decisórios entre os CONRERPs e CONFERP? Como se dá essa subordinação?

   Em cumprimento à Lei e ao Regimento Interno, a autonomia dos Conrerps é plena. Somente estamos subordinados financeiramente, pois 25% da arrecadação de cada conrerp é repassada ao Conferp, o que é a sua maior e única fonte de receita.

10. Quais os recursos físicos / humanos disponíveis ao CONRERP 6° região?

    O Conrerp 6ª. Região dispõe de sede alugada, possui dois funcionários um auxiliar administrativo e uma assistente de diretoria executiva, que dão expediente das 13:00 às 19:00, de segunda a sexta-feira. Possuimos computadores, fax, telefone, internet, sala de reuniões, tudo que um escritório completo, porém modesto tem.

Atualmente estamos abrigando a sede da ABRP/DF que, em sua reestruturação financeira, está alugando sua sede própria para angariar fundos e fazer frente às despesas mais urgentes.

11. Quantos são e como funciona o trabalho dos delegados?

    Os delegados são profissionais das regiões, registrados e em dia com o Conselho e que são escolhidos e emprestam sua colaboração. Não recebem pagamento, nem temos condições de instalar um escritório. Temos atualmente 8 delegados, pois em alguns estados não temos um só profissional em dia com o Conselho. Daí não podemos nomear delegado, pois todos os profissionais estão inadimplentes.

    Mas, o delegado é de extrema valia para a atuação do Conrerp. Só para exemplificar, uma vez tivemos em Belém um problema na FASAMA e, somente com a opinião e informação da delegada, pudemos atuar e tomar atitudes. Os delegados "são nossos olhos e ouvidos" e isto é fundamental para o entendimento de uma jurisdição tão ampla.

12. Quais os meios de comunicação utilizados atualmente pelo CONRERP 6° região? Quem são os responsáveis por sua administração?

    Com as dificuldades financeiras e o avanço da tecnologia, quase todos os meios são eletrônicos. Assim é que mensalmente o Conferp faz uma reunião virtual com todos os Conrerps e envia circulares, leis, decretos, portarias e outras via e-mail, além de duas reuniões anuais, uma em cada semestre, presenciais, sempre na sede de algum Conrerp. A próxima será em Brasília, nos dias 23 e 24 de maio.

13. Como se dá a comunicação entre o CONFERP e os CONRERP? E dos CONRERPs entre si?/ R

    Do mesmo modo. Via internet. Quando das reuniões presenciais, os Conrerps trocam informações e compartilham experiências e conhecimentos.

14. Como se dá a relação do CONRERP 6° Região com as universidades?

    Atualmente só temos relacionamento com as universidades de Brasília e, mais recentemente com a Universidade Federal de Goiás.

15. O CONRERP 6° Região estabelece alguma forma de contato com estudantes/formandos?

    O ideal seria que tivéssemos relacionamento com todos os formandos em cursos de RP da nossa jurisdição. Porque é assim que podemos influir e orientar os

formandos para que efetuem seus registros para poderem exercer legalmente a profissão.

16. Há parcerias entre o CONRERP 6° Região e outras organizações/entidades?

    Fazemos parte da ASCOP que é uma associação de conselhos regionais como CRM, OAB, conselhos de engenharia, nutricionistas, contabilidade, administração, e outros. Nas reuniões presenciais periódicas, trocamos ideias e informações.

17. Como funciona o relacionamento do CONRERP 6° Região com seus associados? Há uma periodicidade definida para contatos ou estes ocorrem de acordo com necessidades pontuais?

    Temos um Boletim Eletrônico que, sempre que há necessidade de informar, comunicar ou avisar alguma coisa, fazemos uso dele. Além da comunicação por telefone, ou e-mail, individualmente, sempre que haja algum assunto. E a remessa dos boletos para pagamento da anuidade, feita todo final de ano.

18. Há comunicação dirigida e/ou personalizada entre o CONRERP 6° região e seus públicos?

    Somente o Boletim Eletrônico e através do site, onde todos os assuntos de relevância para a profissão estão presentes. Além da possibilidade de pesquisa de todos os profissionais registrados, em estados da jurisdição e sua situação junto ao Conrerp (ativo, aposentado, em baixa temporária, falecido, regular ou irregular.

19. Quais as necessidades atuais e emergentes do CONRERP 6° região?

    Necessitamos urgentemente da diminuição da nossa área de atuação para podermos começar a exercer uma efetiva fiscalização em Brasília, no governo federal, estadual, nas empresas e autarquias federais, estaduais e municipais. Isto somente será possível com a diminuição de nossa área e a concentração dos esforços.

    Somente para ilustração, pergunte aos seus colegas quantos pretendem fazer seu registro logo ao formarem ou então ao professores se são registrados. Vc verá que o trabalho é muito grande e tem que ser continuado para surtir algum efeito.

ANEXO A – Resolução normativa nº 49, de 22 de março de 2003

RESOLUÇÃO NORMATIVA Nº 49, DE 22 DE MARÇO DE 2003, COM AS ALTERAÇÕES INTRODUZIDAS PELAS RN 51, DE 10 DE JANEIRO DE 2004, RN 61, DE 15 DE OUTUBRO DE 2005, RN 66 DE 09 DE MARÇO DE 2007 E RN 68, DE 05 DE MAIO DE 2008

Contém o Regimento Interno do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas.

O Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas – CONFERP, no uso das atribuições que lhe confere o art. 2º, alínea "d", do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969,

RESOLVE:

Art. 1º – Fica aprovado o Regimento Interno do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, nos termos seguintes:

TÍTULO I

DA AUTARQUIA

CAPÍTULO I

DA CRIAÇÃO, DA NATUREZA E DA DENOMINAÇÃO.

Art. 2º – Os Conselhos Federal e Regionais de Profissionais de Relações Públicas, criados pelo Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, constituem, em seu conjunto, uma autarquia dotada de personalidade jurídica de direito público, com autonomia técnica, administrativa e financeira.

§ 1º – A expressão Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas e a sigla CONFERP se equivalem para os efeitos de referência, denominação-e-comunicação.

§ 2º – A expressão Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas e a sigla CONRERP e seu plural, CONRERPs, se equivalem para os efeitos de referência, denominação e comunicação.

§ 3º – A expressão Sistema CONFERP é a sigla da autarquia mencionada no caput deste artigo e é utilizada sempre que se referir às atividades, funções, encargos e demais ações comuns ou em conjunto do CONFERP e dos CONRERPs.

§ 4º – Os CONRERPs são vinculados e subordinados ao CONFERP nos estritos termos do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, e deste Regimento Interno.

§ 5º – Como autarquia federal, o Sistema CONFERP utilizará em seus impressos o "Brasão da República", nos termos de normas próprias baixadas pelo CONFERP.

CAPÍTULO II

DA COMPETÊNCIA INSTITUCIONAL E DA FINALIDADE.

Art. 3º – A coordenação, fiscalização e disciplinamento do exercício da profissão de Relações Públicas, criada pela Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, serão exercidos, em todo o território nacional, pelo Sistema CONFERP na forma do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, das Resoluções do CONFERP e deste Regimento.

Art. 4º – O Conselho Federal é o órgão normativo, gestor e, em casos de julgamento dos recursos das decisões dos Conselhos Regionais, é o tribunal de instância final administrativa do Sistema CONFERP e, nos termos do art. 2º do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, tem por finalidade:

I – Instalar Conselhos Regionais mediante proposta de um de seus membros ou de CONRERP, nos termos de decisões emanadas da Diretoria-Executiva, de que trata o art. 12, inciso II, deste Regimento.

II – Propugnar por uma acertada compreensão dos problemas de Relações Públicas e sua adequada solução, especialmente quanto a:

a) fazer a interface entre os poderes constituídos com o objetivo de identificar os problemas e definir os rumos para sua solução;

b) acompanhar a graduação dos alunos dos cursos de Relações Publicas, notificando a autoridade governamental competente sobre quaisquer desvios praticados pelas Instituições de Ensino Superior, mediante representação do Conselho Regional;

c) participar de reuniões de grupos da sociedade civil organizada com o objetivo de tornar a comunicação cívica mais acessível ao cidadão brasileiro;

d) denunciar, às autoridades competentes, infrações cometidas por pessoas físicas e jurídicas, organizações públicas e privadas às normas preconizadas pela Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, e a seu Regulamento, baixado pelo Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968.

III – Disciplinar e fiscalizar o exercício da profissão de Relações Públicas e, para tanto:

a) normatizar as ações dos Conselhos Regionais com o objetivo de dar-lhes uniformidade de procedimentos em todo o território nacional;

b) acompanhar a execução das ações de fiscalização levadas a efeito pelos Conselhos Regionais, exigindo-lhes o seu fiel cumprimento;

c) representar junto aos órgãos públicos federais, por solicitação expressa de Conselho Regional, contra os atos de organizações, públicas e privadas, de seus servidores e empregados e que interfiram na fiscalização do exercício da atividade profissional de Relações Públicas;

d) intervir nos Conselhos Regionais por determinação de autoridade superior ou por solicitação expressa de 2/3 (dois terços) de seu Plenário ou do Plenário de Conselho Regional;

e) expedir as Resoluções que se tornem necessárias para a fiel interpretação e execução deste Regimento e demais normas legais disciplinadoras do exercício da profissão.

IV – Elaborar o seu Regimento Interno, que poderá ser alterado mediante proposta subscrita por Conselheiro do Sistema CONFERP, devidamente justificada.

V – Dirimir quaisquer dúvidas ou problemas surgidos nos Conselhos Regionais, observado o que dispõe o art. 65, § 2º, inciso I, deste Regimento, quanto:

a) à aplicação das normas legais pertinentes à profissão e à fiscalização do exercício profissional;

b) à aplicação das normas procedimentais;

VI – Estudar e aprovar os Regimentos Internos dos Conselhos Regionais, alterando o que se fizer necessário a fim de manter a unidade de procedimentos e de orientação aos membros dos colegiados dos Conselhos.

VII – Julgar, em última instância, os recursos interpostos de decisões dos Conselhos Regionais, zelando pela formação e correta aplicação da jurisprudência administrativa do Sistema CONFERP, observado o disposto no art. 65, § 2º, inciso I, deste Regimento.

VIII – Elaborar e alterar o Código de Ética Profissional, estabelecendo os procedimentos para a sua fiscalização e o julgamento das infrações cometidas pelos registrados no Sistema CONFERP.

IX – Aprovar, anualmente, as contas da autarquia em consonância com as normas baixadas pelo Tribunal de Contas da União, TCU.

X – Promover estudos e conferências sobre Relações Públicas, com recursos próprios ou conveniados, mediante:

a)a criação de grupos de estudos, temporários ou permanentes;

b) a realização de seminários, fóruns, workshops, congressos, programas culturais, audiências públicas e debates;

c) a criação, produção, veiculação e promoção de pesquisas e campanhas que tenham por objetivo o aperfeiçoamento técnico e material do profissional de Relações Publicas ou do acadêmico em formação profissional na área;

d) a publicação de matérias e textos relacionados com a profissão;

e) a nomeação de delegado com funções de representação, orientação ou observação aos eventos apontados na alíneas a, b e c deste inciso, quando realizados no âmbito federal ou fora do território nacional.

XI - Convocar, realizar e fiscalizar as eleições para a composição ou renovação de seus quadros, mediante instruções específicas que cuidem do processo eleitoral do Sistema CONFERP, baixadas por resolução.

XII – Fiscalizar as eleições dos Conselhos Regionais.

XIII – Servir, como órgão de consulta, ao Governo nos assuntos de Relações Públicas e indicar profissional da área para participar de quadro consultivo de órgãos ou entidades de administração pública federal, direta ou indireta, fundações e empresas públicas, quando solicitado por quem de direito.

XIV – Publicar o relatório anual de seus trabalhos nos termos do que dispõem os arts.79, 80 e 104, deste Regimento.

XV – Fixar, nos termos da lei, as contribuições e emolumentos devidos pelos profissionais de Relações Públicas e pessoas jurídicas que se dediquem profissionalmente à atividade de Relações Públicas.XVI – Fixar, nos termos da lei, os valores das multas arbitradas e cobradas pelos Conselhos Regionais quando da fiscalização do exercício profissional.

Art. 5º – Os Conselhos Regionais são os órgãos executores das ações fiscalizatórias do Sistema CONFERP e, nos termos do art. 3º do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, têm por finalidade:

I – Fazer executar as diretrizes do Conselho Federal mediante o cumprimento, a tempo e a hora, das normas por ele baixadas.

II – Disciplinar e fiscalizar, no seu âmbito de jurisdição, o exercício da profissão de Relações Públicas mediante:

a) a correta e eficaz aplicação das penalidades determinadas pelas resoluções do CONFERP;

b) a expedição de resoluções e demais instrumentos legais sobre assuntos de sua competência e em harmonia com as normas baixadas pelo CONFERP;

c) a arrecadação das anuidades, taxas, multas e demais rendimentos devidos ao Sistema;

d) o repasse dos valores devidos ao CONFERP, nos termos da lei.

III – Organizar e manter o registro de profissionais de Relações Públicas nos termos das instruções do CONFERP.

IV – Julgar as infrações e impor as penalidades definidas por força de lei e mediante os procedimentos determinados pelo CONFERP.

V – Expedir as carteiras profissionais, indispensáveis ao exercício da profissão, e os certificados de registros de entidades e organizações que se dediquem profissionalmente à atividade de Relações Públicas, nos termos dos procedimentos do Sistema CONFERP.

VI -Elaborar o seu Regimento Interno para estudo e aprovação do Conselho Federal, em estrita obediência aos termos desta Resolução.

VII – Convocar e realizar as eleições para a composição e renovação de seus membros, nos termos do Processo Eleitoral aberto pelo CONFERP.

Parágrafo único: Os Conselhos Regionais exercerão, cumulativamente e no âmbito de suas jurisdições, as atribuições do Conselho Federal previstas nos incisos II, IX, X, XIII e XIV do artigo anterior.

Art. 6º – A responsabilidade administrativa e financeira dos Conselhos Federal e dos Regionais cabe aos respectivos presidentes, que prestarão contas perante o Tribunal de Contas da União, a teor do que dispõem os arts. 14 e 15 do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, nos termos das determinações oriundas da Corte de Contas da União.

Art. 7º – O exercício financeiro do Sistema CONFERP coincidirá com o ano civil.

§ 1º- Até o dia 31 de março do exercício seguinte, as contas do Sistema CONFERP, depois de examinadas pelo Plenário do Conselho Federal, estarão à disposição do TCU, nos termos de suas determinações.

§ 2º – Os Conselhos Regionais remeterão suas contas, devidamente julgadas, para análise do CONFERP até o dia 1º de março do exercício seguinte ao analisado, nos termos das instruções da Tesouraria do CONFERP, que estabelecerá, ainda, as sanções em caso de descumprimento dessa norma.

CAPÍTULO III

DA COMPOSIÇÃO E SEDE.

Art. 8º – Nos termos do art. 4º do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, os Conselhos Federal e Regionais serão constituídos de brasileiros natos ou naturalizados, registrados nos termos da lei, e obedecerão à seguinte composição:

I – 7 (sete) conselheiros efetivos, eleitos em Assembléia Geral, os quais por sua vez, escolherão entre si o Presidente, o Secretário-Geral e o Tesoureiro.

II – 7 (sete) conselheiros suplentes eleitos conjuntamente com os efetivos.

Parágrafo único – A eleição se dará, conforme dispõe a Lei nº 6.719, de 12 de novembro de 1979, para um mandato de três anos, mediante normas específicas baixadas por resolução do CONFERP.

Art. 9º – O CONFERP tem sua sede e foro em Brasília, Distrito Federal, com jurisdição em todo o território nacional.

Parágrafo único – Por motivo de conveniência administrativa ou funcional, e por deliberação de seu Plenário, o CONFERP poderá se reunir, temporariamente, em qualquer cidade do país.

Art. 10 – Os Conselhos Regionais possuem sede e foro na capital do Estado ou do Distrito Federal de acordo com a área de jurisdição definida pelo CONFERP.

§ 1º – O Conselho Regional será identificado por número ordinal correspondente à sua ordem de instalação e a sua área de jurisdição denominar-se-á Região.

§ 2º – Por motivo de conveniência administrativa ou funcional e por deliberação de seu Plenário, o CONRERP poderá se reunir, temporariamente, em qualquer cidade de sua área de jurisdição.

CAPÍTULO IV

DAS RENDAS

Art. 11 – Os recursos do Sistema CONFERP são públicos e, como tal, estão sujeitos aos princípios constitucionais que norteiam a cobrança de valores, o arbitramento de multas, a transparência de suas aplicações e foram assim definidos pelos arts. 5º e 7º do Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969:

§ 1º – A renda do Conselho Federal será constituída de:

I – 25% (vinte e cinco pontos percentuais) da renda bruta dos Conselhos Regionais, exceto dos legados, doações ou subvenções.

II–doações-e-legados.

III – subvenção dos Governos Federal, Estaduais e Municipais ou de outras entidades públicas, e de contribuições de pessoas jurídicas e físicas.

IV – rendimentos patrimoniais.

V-rendas-eventuais.

§ 2º – A renda dos Conselhos Regionais será constituída de:

I – 75% (setenta e cinco pontos percentuais) das contribuições estabelecidas-pelo-Conselho-Federal.

II-provimentos-das-multas-aplicadas.

III – as apontadas nos incisos II a V do § anterior.

TÍTULO II

DA ESTRUTURA FUNCIONAL

CAPÍTULO I

DOS ÓRGÃOS DOS CONSELHOS

Art. 12 – Os Conselhos Federal e Regionais têm a seguinte-estrutura-funcional:

I – Órgão Deliberativo: os seus plenários, compostos pelos conselheiros-efetivos,-eleitos-na-forma-da-lei.

II – Órgão Executivo: as diretorias-executivas, eleitas na forma da lei e deste Regimento, compostas pelo Presidente, Secretário-Geral-e-Tesoureiro.

§ 1º – Os Conselhos Federal e Regionais só deliberarão com a presença mínima de metade mais um de seus conselheiros efetivos, nos termos do-art.-65-deste-Regimento.

§ 2º – Qualquer conselheiro suplente será convocado sempre que, por impedimento, licença ou ausência do efetivo às sessões dos Conselhos, houver necessidade de ser completado o quorum.

Art. 13 – O conselheiro que faltar, sem motivo justificado, a 3 (três) sessões ordinárias consecutivas ou a 6 (seis) sessões ordinárias intercaladas, no período-de-1-(um)-ano,-perderá,-automaticamente,-o-mandato.

Parágrafo único – Na hipótese deste artigo, o suplente convocado exercerá o mandato até o final, em caráter efetivo.

Art. 14 – Os Conselheiros do Sistema CONFERP poderão ser licenciados, a pedido, por deliberação dos respectivos Plenários, por motivo de saúde ou de doença em pessoa de sua família, ou outro impedimento de força maior.

§ 1º – A licença de que trata este artigo poderá ser concedida pelo prazo máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período, cabendo ao Presidente do respectivo Conselho convocar, imediatamente, um suplente.

§ 2º – Terminado o prazo da licença ou de sua prorrogação e se o conselheiro recusar a reassumir suas funções, aplicar-se-á o disposto no parágrafo único do artigo anterior.

Art. 15 - É vedada a remuneração sob qualquer espécie, ressalvadas as apontadas nos §§ deste artigo, dos membros dos Conselhos Federal e Regionais e o seu trabalho constitui interesse-público-relevante.

§ 1º – As despesas relativas a traslado, hospedagem, alimentação, locomoção e estacionamento, ligações telefônicas, correios e as demais realizadas por conselheiro, quando no exercício de seu cargo ou em missão formalmente determinada, serão de responsabilidade do Conselho respectivo, nos termos-de-instrução-das-diretorias-executivas.

§ 2º – As despesas de que trata o § anterior serão realizadas mediante autorização prévia das diretorias-executivas e de acordo com o que dispuser-o-orçamento-anual-de-cada-Conselho.

§ 3º – O ressarcimento de despesas autorizadas somente se dará nos termos de instrução das diretorias-executivas e, em estrita obediência, às normas contábeis.

CAPÍTULO II

DO ÓRGÃO DO CONFERP

Art. 16 – O Conselho Federal, além do disposto no art. 12 deste Regimento, tem em sua estrutura funcional o Órgão Consultivo, formado pelos Presidentes dos Conselhos Regionais, com o objetivo de fornecer, ao Plenário, subsídios para a tomada de decisões.

CAPÍTULO III

DAS COMPETÊNCIAS

Art. 17 – É da competência do Órgão Deliberativo dos Conselhos Federal e Regionais cumprir e fazer cumprir, respectivamente, as atribuições definidas em lei e neste Regimento.

Art. 18 – É da competência dos Conselheiros dos Órgãos Executivos-dos-Conselhos:

I- Aos-Presidentes:

a) administrar e representar legalmente os Conselhos;

b) dar posse aos Conselheiros;

c) convocar e presidir as reuniões dos Conselhos.

d) constituir comissões e grupos de trabalho;

e) distribuir aos Conselheiros, para relatar, os processos que dependam de deliberação do Plenário;

f) admitir, promover, requisitar e dispensar funcionários, mediante indicação do Secretário-Geral;

g) delegar poderes especiais, quando autorizados pelo Plenário;

h) movimentar as contas bancárias, assinar e endossar cheques para depósito ou desconto, passar recibos e dar quitação, juntamente com o Tesoureiro;

i) autorizar-despesas;

j) baixar Portarias, Avisos, Instruções e Atos Normativos de natureza administrativa e assinar e fazer cumprir as Resoluções-dos-Conselhos.

II-Aos-Secretários-Gerais:

a) substituir os Presidentes em seus impedimentos, praticando todos os atos de suas competências;

b) secretariar as sessões dos Conselhos, organizando as pautas da matéria a ser discutida e elaborar as respectivas-atas;

c) administrar as Secretarias dos Conselhos, provendo-lhes as necessidades de pessoal, de material e de serviços;

d) propor aos Presidentes a admissão, promoção, remoção, requisição e dispensa de funcionários;

e) elaborar os relatórios anuais das atividades dos Conselhos;

f) substituir o Tesoureiro para emitir e assinar cheques e outros documentos de natureza bancária, endossar cheques para depósito ou para recebimento, efetuar pagamento, passar recibo e dar quitação, tudo juntamente-com-o-Presidente;

g) exercer outras atividades que, nas áreas de competência, lhes forem atribuídas pelos Presidentes.

III–Aos-Tesoureiros:

a) substituir os Secretários-Gerais em seus impedimentos;

b) movimentar as contas bancárias, emitir e assinar cheques e outros documentos de natureza bancária, distribuir dotações, endossar cheques para depósito ou para recebimento, juntamente com os Presidentes;

c) efetuar pagamento, passar recibos e dar quitação;

d) elaborar as propostas orçamentárias para serem submetidas, pelos Presidentes, à aprovação do Plenário;

e) prestar contas, mensalmente, das despesas do Conselho;

f) elaborar, anualmente, os balanços da receita auferida e da despesa efetuada no exercício anterior, submetendo-os à aprovação do Plenário.

Art. 19 – O Órgão Consultivo tem por competência:

I – Servir de consultoria ao Plenário do CONFERP quando de sua tomada de decisão para a aprovação de projeto de resolução.

II – Sugerir novos procedimentos a serem adotados pelo Sistema CONFERP quanto ao processo de fiscalização do exercício profissional com-o-objetivo-de-aprimorá-lo-e-torná-lo-mais-eficaz.

III – Opinar sobre as normas que serão baixadas por resolução pelo Conselho Federal, a teor do que dispõe os artigos 20 a 23 deste Regimento.

Art. 20 – O Órgão Consultivo reunir-se-á, pelos menos, duas vezes ao ano, mediante calendário estabelecido pela Secretaria-Geral-do-CONFERP.

§ 1º – Quando da convocação dos Presidentes dos CONRERPs para a reunião do Órgão Consultivo, a Secretaria-Geral remeterá a pauta da reunião-até-10-(dez)-dias-da-data-de-sua-realização.

§ 2º – Nas reuniões do Órgão Consultivo, cada CONRERP poderá se fazer representar com qualquer número de conselheiros, assessores e registrados, que poderão se manifestar nos termos do art.19-deste-Regimento.

§ 3º – ***(Revogado pela RN 51/04, de 10 de janeiro de 2004)*** **(*).**

Art. 21 – A Reunião do Órgão Consultivo poderá ocorrer juntamente com as reuniões ordinárias, extraordinárias e de julgamento do Conselho Federal, de que tratam os arts. 40, 41 e 44 deste Regimento.

Art. 22 – A consulta sobre projeto de resolução poderá ser feita aos Conselhos Regionais por meio de correio, inclusive eletrônico, e fax, desde que obedecido o prazo de que trata o § 1º do art.-20-deste-Regimento.

Parágrafo único – Transcorrido o prazo dado ao Conselho Regional para opinar sobre projeto de resolução e não tendo chegada ao CONFERP a sua expressa

manifestação, será considerada satisfeita a exigência de que trata o art. 75, § 3º, deste Regimento Interno.

Art. 23 – A manifestação dos Presidentes dos Conselhos Regionais, apresentada em reunião do Órgão Consultivo ou por consulta, tem por objetivo orientar o Plenário do CONFERP para a tomada de decisão e não poderá ser computada na soma dos votos dos Conselheiros Federais.

TÍTULO III

DA ORGANIZAÇÃO E METODOLOGIA E AÇÃO

CAPÍTULO I

DA ORGANIZAÇÃO – SEÇÃO I – DOS ÓRGÃOS DE APOIO

Art. 24 – São Órgãos de Apoio do Conselho Federal e dos Conselhos-Regionais:

I – Secretaria-Executiva.

II – Assessoria Contábil.

III – Assessoria Jurídica.

§ 1º – Os Conselhos Regionais manterão, ainda, o Serviço Permanente de Fiscalização, nos termos da RN 46/02, de 24 de agosto-de-2002.

§ 2º – Os Presidentes poderão baixar portaria, com vigência coincidente ao período de seus mandatos, instituindo assessorias necessárias ao bom andamento dos trabalhos dos Conselhos.

Art. 25 – A Secretaria-Executiva é o órgão executor das ações operacionais dos Conselhos e subordina-se ao Secretário-Geral.

Art. 26 - A Secretaria-Executiva terá sua lotação determinada pela Diretoria-Executiva, mediante proposta do Secretário-Geral, a quem competirá, também, a sugestão dos valores pagos a título de salário ou prestação de serviços.

Art. 27 - O Assistente da Diretoria-Executiva será o chefe da Secretaria-Executiva-e-terá-as-seguintes-atribuições:

I – Assistir a administração dos Conselhos, cuidando do patrimônio e das aplicações financeiras, nos estritos termos das normas baixadas pela-Diretoria-Executiva.

II – Orientar os Conselheiros quanto à aplicação das rotinas operacionais-do-Sistema-CONFERP.

III – Assessorar os Conselheiros quanto à formulação de pareceres administrativos e sobre assuntos das rotinas operacionais da autarquia.

IV – Assessorar a Diretoria-Executiva nas reuniões de que trata o art.-39-deste-Regimento-Interno.

V – Controlar os prazos dos autos de processos em tramitação nos Conselhos, informando ao Secretário-Geral sobre o andamento dos mesmos.

VI – Executar outras atribuições designadas pela Diretoria-Executiva.

Art. 28 – A Assessoria Contábil, formalizada nos termos do art. 31 deste Regimento, será a encarregada dos serviços contábeis da autarquia e de prestar assessoria financeira ao Sistema CONFERP, com as seguintes atribuições:

I – Proceder os lançamentos contábeis e sua competente escrituração,-nos-termos-das-normas-baixadas-pelo-CONFERP.

II – Elaborar e assinar, dentro do prazo determinado pela Diretoria-Executiva,os-documentos-relativos-a:

a) balancetes mensais, reformulação orçamentária, balancetes trimestrais;

b) balanço de encerramento do exercício, com o competente parecer;

c) previsão orçamentária;

d) informação dos valores arrecadados;

e) cálculos para atualização de débitos, cobrança de mora e juros;

f) controle de fluxo de caixa;

g) controle do fundo rotativo de caixa ou suprimentos de fundos, destinado a cobrir despesas de pequeno valor;

h) pareceres técnicos para os Conselheiros, de ofício ou quando solicitada;

i) informações prévias à Diretoria-Executiva sobre situações de risco que a autarquia pode atravessar, com a indicação de como superar o problema.

III – Exercer outras atribuições designadas pela Diretoria-Executiva, dentro de sua área de competência.

Art. 29 – À Assessoria Contábil do CONFERP, além das atribuições-descritas-no-artigo-anterior,-compete:

I – Prestar esclarecimentos, orientar e instruir os Conselhos Regionais sobre as normas aplicáveis na escrituração contábil-do-Sistema-CONFERP

II – Fiscalizar as contas dos Conselhos Regionais, por determinação-da-Diretoria-Executiva.

III – assessorar os Conselheiros quando do julgamento das contas do Sistema e à Diretoria-Executiva quanto às normas emanadas pelo Tribunal de Contas da União.

Art. 30 – À Assessoria Contábil dos CONRERPs, além das atribuições descritas no inciso II do art. 28 deste Regimento, compete:

I – Informar, mensalmente, ao CONFERP o repasse da cota parte a ele devida, nos termos de instrução da sua Diretoria-Executiva.

II – Alertar a Assessoria Contábil do CONFERP sobre possíveis situações de risco que o seu CONRERP venha a apresentar.

Art. 31 – A Assessoria Contábil é formalizada mediante aprovação das Diretorias-Executivas de Contador ou Técnico em Contabilidade, devidamente inscrito no CRC, indicado pelos Tesoureiros dos Conselhos.

Art. 32 - A Assessoria Jurídica é formalizada mediante aprovação das Diretorias-Executivas de advogado, devidamente inscrito na OAB, indicado pelos Secretários-Gerais dos Conselhos, e tem-as-seguintes-atribuições:

I – Representar os Conselhos em ações administrativas e naquelas que tramitam em juízo, nos mandatos que lhe forem outorgados.

II – Elaborar pareceres prévios e que envolvam questão de direito, para subsidiar os Conselheiros quando da elaboração de seus-relatórios.

III – Elaborar pareceres prévios e que envolvam questões de direito, nos contratos, convênios e acordos que serão firmados pelos Presidentes.

Art. 33 – Compete à Assessoria Jurídica do CONFERP, além das atribuições descritas nos incisos do artigo anterior, orientar os Conselhos Regionais quanto à aplicação das normas preconizadas pelas resoluções do CONFERP.

Art. 34 – As Assessorias Contábil e Jurídica podem ser formadas por empregados ou profissionais autônomos, nos termos da legislação em vigor.

SEÇÃO II

DO CORREGEDOR DO CONFERP

Art. 35 – O Corregedor do CONFERP é o encarregado dos serviços de correição junto aos Conselhos Regionais e tem as seguintes-atribuições:

I – Acompanhar a aplicação das normas do Sistema CONFERP pelos Órgãos dos Conselhos Regionais, com o objetivo de aferir-a-fidelidade-de-suas-execuções.

II – Orientar os funcionários dos Conselhos Regionais, esclarecendo-suas-dúvidas.

III – Elaborar relatório pormenorizado sobre os fatos encontrados, as orientações passadas e as conclusões de seu trabalho, que será apreciado na Reunião de Julgamento de que trata o art. 44, deste Regimento.

Art. 36 – O Corregedor será nomeado mediante portaria baixada pelo Presidente do CONFERP, após a aprovação de seu nome pelo Plenário.

Art. 37 - A nomeação do Corregedor, de que trata o artigo anterior, poderá recair em qualquer profissional de Relações Públicas, podendo inclusive estar no exercício de mandato de Conselheiro Federal ou Regional, efetivos ou suplentes, excetuando-se-membros-das-Diretorias-Executivas. **(***) (*Redação dada pela* RN Nº 66, DE 09 DE MARÇO DE 2007**).

Parágrafo único – Ocorrendo o previsto no caput deste artigo o Conselheiro nomeado Corregedor exercerá sua função até o final de seu mandato, aplicando-se-lhe o disposto no art. 15 deste Regimento Interno.

Art. 38 – O Corregedor visitará os CONRERPs, segundo escala da Secretaria-Geral do CONFERP, aonde participará de suas reuniões, auditará os livros, registros e autos de processos, e acompanhará um dia da rotina de trabalho dos-Conselhos-Regionais.

Parágrafo único – A Secretaria-Geral baixará normas para a aplicação do disposto neste artigo e as submeterá à aprovação da Diretoria-Executiva.

CAPÍTULO II

METODOLOGIA E AÇÃO

SEÇÃO I

DAS REUNIÕES DOS CONSELHOS

Art. 39 - O Plenário do Conselho Federal executará as atribuições definidas no art. 4º, deste Regimento Interno, mediante a realização de Reuniões Ordinárias,Extraordinárias,Solenes,Especiais-e-de-Julgamento.

Parágrafo único – Os Plenários dos Conselhos Regionais executarão as atribuições definidas no art. 5º, deste Regimento, mediante a realização de reuniões Ordinárias, Extraordinárias, Solenes e Especiais.

Art. 40 – Reuniões Ordinárias são aquelas realizadas mensalmente, com o objetivo de apreciação de matérias relativas à rotina-dos-Conselhos.

§ 1º – O Secretário-Geral apresentará, na última Reunião Ordinária do ano o calendário anual das Reuniões Ordinárias do ano seguinte,-para-aprovação-pelo-Plenário.

§ 2º – Nos Conselhos Regionais, a Reunião Ordinária: I – Será realizada duas vezes ao mês e II – Substitui a Reunião de Julgamento, privativa do Conselho Federal.

Art. 41 - Reuniões Extraordinárias são aquelas que se realizam fora-dos-critérios-estabelecidos-para-as-Reuniões-Ordinárias.

Parágrafo único – Os Presidentes dos Conselhos convocarão-Reunião-Extraordinária:

I-De-ofício.

II – A requerimento de um dos membros da Diretoria-Executiva.

III – A requerimento de quatro Conselheiros.

Art. 42 – Reuniões Solenes são aquelas destinadas à posse dos Conselheiros Eleitos.

Art. 43 – Reuniões Especiais são aquelas que se realizam para comemorações ou homenagens, bem como as destinadas à exposição de assuntos de interesse da Categoria Profissional e nas quais não haja deliberação por-parte-dos-Plenários.

Parágrafo único – A realização de uma Reunião Especial está subordinada à sua prévia aprovação pelo Plenário e poderá ser realizada com qualquer número de Conselheiros e não se aplica para sua realização o disposto no § 1º do art. 12 deste Regimento.

Art. 44 – Reuniões de Julgamento são aquelas que se realizam-para-apreciação-de:

I – Processos, em grau de recursos, oriundos dos CONRERPs.

II – Parecer do Corregedor do Conselho Federal.

III- Processos de competência originária, referentes à apreciação das contas do Sistema CONFERP.

Art. 45 – As reuniões são públicas, exceto a da Comissão Permanente de Ética de que trata o art. 84, § 3º, item I, deste Regimento, e delas poderá participar, com direito a voz, profissional registrado no Sistema CONFERP, em-dia-com-suas-obrigações-estatutárias-e-sociais.

Parágrafo único: Os Conselhos manterão Livro de Presença, sob a guarda e responsabilidade das Secretarias-Gerais, onde serão comprovadas as presenças em suas reuniões, mediante a assinatura dos participantes.

Art. 46 – A Reunião Ordinária desenvolve-se da seguinte maneira:

Primeira-Parte:Expediente

I–Abertura

II–Apreciação-da-ata-da-reunião-anterior

III–Leitura-das-correspondências-recebidas.

IV–Apresentação-de-proposições-diversas-Inscrição-de-expositores.

Segunda-parte-Ordem-do-Dia:

I–Distribuição-de-processos—designação-de-relator.

II–Apreciação-do-voto-do-relator .

III–Apreciação de proposições inscritas na primeira parte.

IV–Assuntos relacionados em Pauta pelo Secretário-Geral.

V–Expediente-da-Diretoria-Executiva.

VI–Encerramento.

§ 1º – Os Conselhos Regionais incluirão o disposto no art. 53, a seguir-descrito,na-pauta-das-suas-Reuniões-Ordinárias.

§ 2º – As Reuniões Ordinárias do CONFERP poderão ser realizadas por teleconferência e reunião por telefone vedada sua realização, por esses sistemas,-pelos-Conselhos-Regionais,

§ 3º – Ocorrendo o disposto no § anterior, o Secretário-Geral do CONFERP cuidará de expedir a pauta com a antecedência mínima exigida pelas operadoras de serviços de telecomunicações, bem como providenciará os registros que comprovam a realização da reunião e, nesse caso, será aplicado, no que couber, o disposto no art. 70 deste Regimento.

Art. 47 – A Reunião Extraordinária desenvolve-se da seguinte-maneira:

Primeira-Parte-Expediente:

I-Abertura.

II-Apreciação-da-ata-da-reunião-anterior.

Segunda-Parte-Ordem-do-Dia:

I – Apreciação dos assuntos relacionados na pauta pelo Secretário-Geral.

II-Encerramento.

§ 1º – Na Reunião Extraordinária, somente os assuntos apontados em pauta prévia, distribuída aos Conselheiros convocados com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas do horário previsto para o início da reunião, poderão ser apreciados.

§ 2º – Aplicam-se as disposições dos §§ 2º e 3º do art. anterior quando da realização de Reunião Extraordinária.

Art. 48 - A Reunião Solene desenvolve-se da seguinte maneira:

I—Abertura.

II–Pronunciamento-do-Presidente-do-Conselho.

III – Juramento.

IV–Leitura-do-Termo-de-Posse.

V – Assinatura do Termo de Posse.

VI–Pronunciamento-do–Presidente-empossado.

VII – Encerramento.

Art. 49 – Para a posse serão ainda obedecidas as seguintes instruções:

I – O conselheiro mais idoso, de pé, no que será acompanhando pelos presentes, prestará o seguinte compromisso: “Prometo defender e cumprir as leis reguladoras da Profissão de Relações Públicas e aquelas relativas ao exercício e ao controle da administração pública, bem como desempenhar, leal e honradamente, o mandato que me foi confiado pelos profissionais de Relações Públicas”.

II – Os conselheiros, em uníssono, dirão: “Assim o prometemos”.

III – Após o juramento, cada conselheiro é chamado para a assinatura no Livro de Posse, por ordem alfabética e por categoria. Terminada a chamada do último conselheiro suplente, os conselheiros efetivos retirar-se-ão para local contíguo ao da posse, onde procederão à escolha dos membros da Diretoria-Executiva.

IV – Retornando ao local de origem, o mais idoso dos conselheiros efetivos anunciará o resultado da votação e o Presidente do Conselho declarará empossado o Presidente eleito que, por sua vez, dará posse ao Secretário-Geral e ao-Tesoureiro.

V – O Presidente do Conselho profere seu pronunciamento e encerra a Reunião Solene. Parágrafo único – Caso o Presidente eleito seja o mesmo do mandato que se encerra, ele declarará empossado o Secretário-Geral que, por sua vez, proferirá a declaração de posse ao Presidente que, a seguir, fará a mesma declaração para o Tesoureiro.

Art. 50 – Tomam posse todos os conselheiros eleitos. O suplente que porventura vier a se efetivar após a data da posse, somente assinará a ata da reunião em que ocorrer a sua efetivação.

Art. 51 – O conselheiro federal, ausente à Reunião Solene, tomará posse na sede de seu CONRERP, mediante as instruções expressas do Presidente do CONFERP, e, quando de sua primeira convocação para comparecer na sede do Conselho Federal, assinará o-Livro-de-Posse.

Parágrafo único – Se por motivo de força maior, o Conselheiro Federal não puder tomar posse em seu CONRERP de origem, ela ser-lhe-á dada quando de sua primeira convocação para se fazer presente em Brasília.

Art. 52 – A Reunião Especial desenvolve-se mediante pauta prévia aprovada pelo Plenário.

Art.53 - A Reunião de Julgamento desenvolve-se da seguinte maneira:

Primeira-Parte-Expediente:

I–Abertura.

II–Apreciação-da-ata-da-reunião-anterior.

III – Distribuição dos processos para emissão de pareceres e-votos.

Segunda Parte – Ordem do Dia: Apreciação dos processos em-pauta

I – Leitura do parecer pelo conselheiro relator, com a omissão-de-seu-voto.

II – Sustentação oral por parte do interessado, ou de seu procurador-legal,-por-dez-minutos.

III – Leitura, pelo relator, de seu voto.

IV – Manifestação dos conselheiros e voto de cada um.

V – Proclamação do resultado da votação de cada processo, pelo-Presidente.

VI – Concluída a votação, o Presidente encerrará a Reunião de Julgamento, determinando a lavratura do acórdão.

Art. 54 – Por conveniência administrativa e melhor eficácia dos trabalhos,-o-CONFERP-poderá-realizar-Reunião-Conjunta.

§ 1º – Poderão ser realizadas conjuntamente as Reuniões de Julgamento,Ordinária-e-do-Órgão-Consultivo.

§ 2º – Para a Reunião Conjunta, o Secretário-Geral cuidará de observar as exigências procedimentais de cada uma das reuniões que se realizará conjuntamente, inclusive aquelas relativas a prazo de remessa de convocação e pauta.

Art. 55 – Cada conselheiro efetivo, ou suplente que esteja substituindo a um efetivo, tem direito a um voto e poderá requerer vistas nos autos nos termos do art. 98, § 1º, deste Regimento. § 1º – Os Presidentes dos Conselhos votam uma vez e, caso ocorra empate, exercerão o voto de qualidade, decidindo a questão.

Art. 56 – As Diretorias-Executivas reunir-se-ão na medida de suas necessidades, observado o número mínimo de 6(seis) reuniões ao ano, mediante calendário-elaborado-pelas-Secretarias-Gerais.

Parágrafo único – A norma disposta no art.12, § 1º, será aplicada, no que couber, para as reuniões das Diretorias-Executivas.

SEÇÃO II

DOS AUTOS DE PROCESSOS

Art. 57 – Os processos no Sistema CONFERP e os atos a eles inerentes, são os apontados pela RN 46/02, de 24 de agosto de 2002.

§ 1º – A distribuição dos autos de processos, citado neste regimento, para emissão de pareceres deverá ser feita levando-se em consideração a gravidade do caso e o tempo hábil para sua elaboração.

§ 2º – Os Presidentes dos Conselhos poderão designar relatores fora-do-horário-das-reuniões.

§ 3º – Ocorrendo o disposto no parágrafo anterior, competirão aos Secretários-Gerais dar ciência ao Plenário, na primeira reunião após a designação feita,-sobre-o-procedimento-adotado.

§ 4º – Sempre que o assunto versar sobre matéria de direito, os Presidentes dos Conselhos Federal e Regionais encaminharão os processos às respectivas Assessorias Jurídicas antes do pronunciamento do conselheiro relator.

SEÇÃO III

DO PARECER

Art. 58 – Parecer é o pronunciamento de conselheiro sobre matéria-sujeita-a-seu-exame.

Parágrafo único: O parecer será escrito em termos explícitos, fundamentado em Lei com a devida citação do artigo onde foi baseada a afirmação e, sua conclusão, conterá o voto do relator sobre o assunto estudado.

Art. 59 - O parecer versará sobre o mérito da matéria submetida a exame do conselheiro, salvo contra matéria frontalmente contrária à legislação de Relações Públicas, caso em que o conselheiro poderá limitar-se à preliminar de ilegalidade.

Art. 60 - O parecer é composto de três partes:

I – Introdução, em que se apresenta a ementa do assunto em-exame.

II – Relatório, em que se faz a exposição a respeito da matéria-em-exame.

III – Conclusão, que contém o voto do relator.

Parágrafo único – O relator, ao se pronunciar, analisará, uma a uma, todas as questões envolvidas e apresentadas pelas partes e, somente então, poderá concluir seu parecer, com a pronúncia de seu voto.

Art. 61 – Cada assunto terá parecer independente, salvo em se tratando de matérias idênticas ou semelhantes que tiverem sido anexadas em um único processo por ordem dos Presidentes dos Conselhos.

Art. 62 – O conselheiro relator poderá ouvir as partes envolvidas, colher depoimentos, e, se necessário, solicitar a dilatação do prazo estabelecido para-a-inclusão-do-processo-na-ordem-do-dia.

Parágrafo único – Ocorrendo a concordância dos Presidentes dos Conselhos quanto à dilatação do prazo, mediante a justificativa do conselheiro relator, o Secretário-Geral diligenciará por um período igual ao anteriormente determinado, após o que deverá o parecer ser submetido à apreciação do Plenário.

Art. 63 – Os Presidentes dos Conselhos devolverão ao conselheiro relator o parecer formulado em desacordo com as disposições regimentais, para que seja redigido na sua conformidade.

Art. 64 – Os Secretários-Gerais são os encarregados de elaborar o fluxograma de tramitação das matérias, nos termos deste Regimento, bem como fazer cumprir os prazos estabelecidos pelas normas do CONFERP.

SEÇÃO IV

DO QUORUM

Art. 65 – No Sistema CONFERP, o quorum é:

§ 1º – Para abertura e deliberação nas reuniões, quorum qualificado da maioria absoluta dos conselheiros efetivos dos Conselhos.

§ 2º – Para aprovação das matérias submetidas à deliberação dos Conselhos, quorum da maioria simples dos votantes quando da deliberação, exceto quando expressamente apontada nos dispositivos deste Regimento e nas Resoluções-do-CONFERP-e:

I – No Conselho Federal, as resoluções resultantes da aplicação do disposto no art. 4º, incisos V e VII só serão válidas quando aprovadas por 2/3 (dois-terços)-de-seus-membros-efetivos.

II – Nos Conselhos Regionais, a aplicação da penalidade prevista no art. 93, §1º, deste Regimento, dependerá de Resolução assinada pelos Presidentes e aprovada pela totalidade dos seus membros efetivos.

Art. 66 - A determinação do quorum será feita do seguinte modo:

I – O quorum de metade mais um, chamado de maioria absoluta, obter-se-á acrescentando-se 1 (uma) unidade ao número de conselheiros efetivos e-dividindo-se-o-resultado-por-2-(dois).

II – O quorum de 1/3 (um terço) obter-se-á dividindo-se por 3 (três), acrescido de (duas) unidades, o número de conselheiros efetivos.

III – O quorum de 2/3 (dois terços) obter-se-á multiplicando-se por 2 (dois) o resultado obtido segundo os critérios estabelecidos no inciso anterior.

SEÇÃO V

DOS PRAZOS

Art. 67 – Ao Secretário- Geral, e no âmbito das Comissões ao seu Presidente, compete fiscalizar o cumprimento dos prazos, adotando as providências cabíveis.

Art. 68 – No Sistema CONFERP os prazos são fixados por:

I-Mês.

II-Dia.

III-Hora.

§ 1º – Os prazos referidos no inciso I contam-se mês a mês.

§ 2º – Na contagem dos prazos referidos no inciso II, exclui-se o dia do começo, termo inicial, e inclui-se o dia do vencimento,termo-final.

§ 3º – Os prazos referidos no inciso III contam-se minuto a minuto.

§ 4º – O termo inicial do prazo é contado a partir da juntada, nos autos, da contrafé ou do "AR" originário do expediente entregue ou remetido a quem-de-direito.

§ 5º – Os prazos cujos termos inicial ou final coincidam com sábado, domingo ou feriado têm seu começo ou término prorrogado para o primeiro dia útil seguinte, ressalvada a hipótese de ocorrência de reunião cuja matéria esteja incluída em pauta e aqueles referentes ao Processo Eleitoral nos termos da RN 48/02, de 02 de novembro de 2002.

SEÇÃO VI

ATAS E PUBLICAÇÕES

Art. 69 – Toda reunião dos Conselhos Federal e Regionais terá a sua ata lavrada pelos Secretários-Gerais respectivos.

§ 1º – As atas serão numeradas seqüencialmente, por número ordinal, de acordo com o tipo de reunião e suas numerações terão início por ocasião da posse dos colegiados e se encerrarão ao final de cada mandato

§ 2º – Ao final de cada mandato, as Secretarias-Gerais cuidarão de encadernar em livro próprio as atas de todas as reuniões do período, nos termos de-Instrução-Normativa-baixada-pela-Secretaria-Geral-do-CONFERP.

§ 3º – Recebida a aprovação, a ata será assinada pelos presentes à reunião em que foi aprovada.

Art. 70 – No caso de Reunião do Órgão Consultivo, o Secretário-Geral do CONFERP lavrará a ata e expedirá sua minuta a todos os participantes para conhecimento e, se for o caso, indicação das-ressalvas.

Parágrafo único – Ocorrendo o disposto no caput, e transcorridos 15(quinze) dias da remessa da minuta aos participantes sem que sobre ela o CONFERP tenha recebido manifestação, a mesma será considerada apta a ser aprovada e transcrita definitivamente.

Art. 71 – No caso de Reunião de Julgamento, o Secretário-Geral do CONFERP promoverá a publicação da ata no Diário Oficial da União, em forma de-súmula,-juntamente-com-os-acórdãos-nela-tratados.

Parágrafo único – Da publicação de que trata o caput, a Secretaria-Geral do CONFERP remeterá cópia aos Conselhos Regionais.

Art. 72 – As atas das Reuniões das Diretorias-Executivas poderão ser lavradas na forma de breve relato.

Art. 73 – As atas do CONFERP serão disponibilizadas no website da autarquia para livre conhecimento de todos os profissionais e-interessados.

Parágrafo único – Os Conselhos Regionais remeterão ao CONFERP cópia das atas de suas reuniões, dispensado desta obrigação o CONRERP que proceder conforme o disposto no caput.

Art. 74 – As publicações do Sistema CONFERP são as Resoluções, Portarias, Instruções Normativas, Balancetes Mensais e Balanço Anual.

Art. 75 - As Resoluções serão baixadas pelos Plenários, assinadas pelos seus Presidentes e versarão sobre assuntos normativos dos Conselhos e de procedimentos a serem seguidos pelas pessoas, físicas e jurídicas,-ligadas-ou-não-ao-Sistema-CONFERP.

§ 1º – As Resoluções serão numeradas seqüencialmente, por número cardinal seguido de barra e dos dois últimos dígitos correspondentes ao ano-em-que-foram-assinadas.

§-2º-As-Resoluções-serão-publicadas:

I–Pelo-CONFERP,-no-Diário-Oficial-da-União.

II – Pelos Conselhos Regionais, nos Diários Oficiais dos Estados-que-os-sediarem.

§ 3º – As Resoluções do CONFERP somente serão aprovadas após análise pelo Órgão Consultivo, nos termos do art. 19.

§ 4º – Fica dispensada da exigência do § anterior os projetos de resolução-que-tenham-por-objeto:

I-Alterar-o-Regimento-Interno-do-CONFERP.

II-Instalar-Conselhos-Regionais.

III-Aprovar os Regimentos Internos dos Conselhos Regionais.

IV – Apresentar resultado de julgamento de Recursos oriundos-dos-Conselhos-Regionais.

V–Reformular-o-orçamento-do-CONFERP.

VI – Cuidar de assuntos específicos do CONFERP e que sejam de natureza-fiscal,–trabalhista,-administrativa,-financeira.

VII – Cumprir determinações do Tribunal de Contas da União.

Art. 76 – As Portarias serão baixadas pelos Presidentes e versarão sobre assuntos de natureza administrativa, fiscal, trabalhista, financeira e operacional dos Conselhos, bem como aqueles já definidos nas normas referentes ao Processo Eleitoral e à Fiscalização e Imposição de Penalidades do Sistema CONFERP.

§ 1º – As Portarias serão baixadas ad – referendum dos Plenários, cuidando os Secretários-Gerais de apresentá-las na primeira Reunião Ordinária após sua vigência.

§ 2º – Aplicam-se às Portarias, no que couber, as normas contidas no-§-1º-do-artigo-anterior.

§ 3º – As Portarias serão publicadas no Quadro de Avisos dos Conselhos e, aquelas baixadas pelo CONFERP, serão distribuídas aos Presidentes dos Regionais e Conselheiros Federais.

Art. 77 – As Instruções Normativas serão baixadas pelos Secretários-Gerais ou Tesoureiros dos Conselhos contendo, ainda, a assinatura dos seus Presidentes e versarão sobre as minudências e operacionalização dos assuntos-próprios-de-cada-área.

Parágrafo único: Aplicam-se às Instruções Normativas o disposto nos §§ 1º, 2º e 3º do artigo anterior.

Art. 78 - Os Conselhos manterão, a cargo de seus Secretários-Gerais, livro próprio onde serão gravados os originais das Resoluções, Portarias e Instruções Normativas, devidamente autenticados pelos seus signatários.

Art. 78A – Os livros, os termos, os pareceres, as certidões, os requerimentos, as fichas e os demais instrumentos operacionais de acompanhamento, controle e de fiscalização usados pelo Sistema CONFERP poderão ser confeccionados por

qualquer processo gráfico, mecânico ou eletrônico desde que neles constem, integralmente, os dados apontados na norma que os criou.

Parágrafo único – Excetua-se do disposto no *caput* o instrumento operacional que apresentar norma específica para sua confecção, quando de sua criação. ***(Redação introduzida pela RN 61, de 15 de outubro de 2005).***

Art. 79 – Os Balancetes Mensais e os Balanços Anuais dos Conselhos Federal e Regionais serão publicados nos Quadros de Avisos respectivos,-após-aprovação-dos-Plenários.

Parágrafo único – Compõe o Balanço Anual o Relatório das Atividades dos Conselhos executadas durante o exercício em exame.

Art. 80 – As Resoluções, Portarias, Instruções Normativas, Balancetes Mensais e Balanço Anual do CONFERP estarão disponíveis-no-website-da-autarquia.

Parágrafo único – Os Conselhos Regionais remeterão ao CONFERP cópia das publicações citadas nesta subseção, dispensado desta obrigação o CONRERP que proceder conforme o disposto no caput.

SEÇÃO VII

DAS COMISSÕES

Art. 81 – As Comissões do Sistema CONFERP são classificadas em Permanente e Especial.

Art.-82-São-Comissões-Permanentes:

I – A Comissão Permanente de Ética – CPE. II – A Comissão Permanente de Tomada de Contas e Patrimônio – CPTCP.

Art. 83 - São Comissões Especiais àquelas criadas pelos Presidentes, com a exata duração de seus mandatos, com a finalidade de assessorar, planejar, executar ou promover ações que objetivem o aprimoramento, a defesa ou a conquista de espaços para a categoria profissional ou o desenvolvimento e execução de ações operacionais da autarquia.

Art. 84 - A Comissão Permanente de Ética – CPE, instalada em cada-Conselho,-é-a-encarregada-de:

I – Cumprir as atribuições definidas pelo Código de Ética dos Profissionais-de-Relações-Públicas.

II – Julgar as infrações ao Código de Ética Profissional, nos termos-das-normas-do-CONFERP.

III – Promover estudos, conferências, debates, seminários sobre o tema "Ética e Legislação de Relações Públicas" junto aos profissionais e acadêmicos-da-área.

IV – Assessorar os Plenários dos Conselhos em assuntos ligados ao tema.

§ 1º – A Comissão será composta pelos conselheiros suplentes e terá como seu Presidente nato o Presidente do Conselho que, ouvido o respectivo Plenário, poderá indicar novos nomes, quando ocorrer a necessidade de substituição-de-seus-integrantes.

§ 2º – A Comissão Permanente de Ética será instalada no dia da posse dos Conselheiros, mediante a reunião do Presidente com os Suplentes para a-eleição-de-seu-Secretário.

§ 3º – Aplicam-se, no que couber, as normas deste Estatuto para o funcionamento da Comissão Permanente de Ética, observado que o Conselho Federal baixará resolução específica para julgamento de processos éticos onde sejam-garantidos:

I – Que a apreciação de matéria ética e seus procedimentos correrão em sigilo, e a reunião de julgamento dos autos será secreta, dela participando os membros da CPE, os envolvidos e seus procuradores legais.

II – Que o Presidente da Comissão de Ética só votará se ocorrer empate na decisão do feito, aplicando o voto de qualidade.

III – Que os acusados terão ampla liberdade de defesa.

§ 4º – A CPE do CONFERP só atuará se provocada pelos Conselhos Regionais para julgamento de autos em grau de recurso, para apreciação de denúncias quanto a procedimentos antiéticos de Conselheiros Regionais ou Federais e nos termos em que dispuser a resolução a que se refere o-§-anterior.

§ 5º – Para o cumprimento do disposto no inciso III deste artigo, a CPE submeterá previamente para aprovação da Diretoria-Executiva de seu Conselho o programa a ser cumprido e sua competente planilha orçamentária.

Art. 85 – A Comissão Permanente de Tomada de Contas e Patrimônio – CPTCP, instalada em cada Conselho, é composta por Conselheiros, efetivos ou suplentes, nomeados por Portaria do Presidente, e será constituída por quatro-participantes,-dois-efetivos-e-dois-suplentes.

§ 1º—O suplente será convocado sempre que houver impedimento,-de-qualquer-natureza,-do-efetivo.

§ 2º- É vedada a participação na CPTCP dos Diretores-Executivos.

§-3º-Compete-à-CPTCP:

I – Acompanhar e fiscalizar a execução Orçamentária do Conselho.

II – Examinar e emitir parecer sobre os seguintes documentos do Conselho:

a – proposta orçamentária;

b – reformulações orçamentárias;

c–prestação-de-contas.

III – Examinar o inventário anual do Conselho, sugerindo as medidas necessárias para sua otimização, mediante relatório ou parecer sobre:

a – a aquisição de bens, móveis e imóveis, e serviços;

b–a-situação-patrimonial.

IV – Emitir parecer prévio sobre os documentos a serem incinerados, encaminhando a sua relação descritiva ao Plenário, para aprovação,-observando-que:

a – os documentos contábeis só poderão ser incinerados após transcorridos cinco anos da data da aprovação das contas pelo TCU;

b – os documentos referentes aos assuntos trabalhista, tributário e fiscal não poderão ser incinerados, bem como os livros Diário e Razão, de Registro, de Atas, e de Atos Legais e os Processos de Registro Profissional e de Julgamento Ético.

V – Exercer outras atividades ligadas à sua área de atuação por-determinação-do-Presidente.

§ 4º – Quando da análise do documento mencionado na alínea c do-inciso-II-do-§-anterior,-a-CPTCP:

I – Fará constar em seu parecer os fatos relevantes observados na análise dos procedimentos levados a efeito na Tesouraria-do-Conselho.

II-Concluirá-pela:

a – aprovação das Contas por Regularidade Absoluta;

b – aprovação das Contas com Ressalvas, apontando-as;

c – pela Não Aprovação das Contas por Irregularidade Absoluta, fundamentando-as-razões-de-sua-conclusão.

§ 5º – Quando da análise da alínea a do inciso III do § 3º, a CPTCP emitirá parecer prévio, por solicitação do Tesoureiro, e concluirá pela aquisição ou pela não aquisição do bem ou serviço fundamentando as razões de sua conclusão.

§ 6º – Além das atribuições descritas neste artigo, a CPTCP do CONFERP será responsável pela emissão de parecer sobre as Contas dos Conselhos Regionais.

Art.-86–A-Comissão-Especial-será:

I – Criada a partir das necessidades de cada Conselho, por-Portaria-de-seu-Presidente.

II – Constituída por até cinco profissionais, nomeados na Portaria-que-a-criar:

§ 1º – Os integrantes serão profissionais em dia com suas obrigações estatutárias e sociais, excetuando-se aquelas comissões definidas nas resoluções do CONFERP e que poderão ser criadas para a realização de ações técnicas,-contábeis-ou-jurídicas.

§ 2º – A Comissão Especial será coordenada por um dos conselheiros-efetivos-ou-suplentes.

§ 3º – Quando da criação de Comissão Especial no CONFERP, o Presidente verificará previamente com os Conselhos Regionais, se o profissional indicado satisfaz as exigências do § 1º deste artigo.

Art. 87 – Os profissionais nomeados escolherão entre si o Secretário da Comissão encarregado de secretariar suas reuniões.

Art. 88 - O Presidente do Conselho poderá criar, ainda, subcomissão para auxiliar o trabalho da Comissão Especial e na Portaria que a criar definirá sua composição e forma de trabalho.

Art. 89 – A Comissão Especial que for criada por três gestões consecutivas, transformar-se-á, a partir da quarta gestão, em Comissão Permanente do Conselho, mediante alteração deste Regimento.

TÍTULO IV

DO CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL E DAS PENALIDADES

Art. 90 – Os procedimentos do Profissional de Relações Públicas serão qualificados de acordo com o disposto no Código de Ética Profissional.

Art. 91 – A falta do competente registro torna ilegal o exercício da profissão ou da atividade, tornando-se punível o infrator com as cominações do Código de Ética Profissional e do Código Penal Brasileiro.

Art. 92 - Serão obrigatoriamente registradas nos Conselhos Regionais as empresas, entidades e escritórios que se dediquem profissionalmente à atividade de Relações Públicas, nos termos da Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967 e de seu regulamento, aprovado pelo Decreto nº 63.283,-de-26-de-setembro-de-1968.

Parágrafo único – Aplicam-se às pessoas jurídicas registradas nos Conselhos Regionais as normas descritas no Título IV deste Regimento.

Art. 93 – Os Conselhos Regionais aplicarão aos infratores dos dispositivos do Código de Ética Profissional as seguintes penalidades:

I – Multa de R$ 200,00 (duzentos reais) a R$1.000,00(um mil reais),-por-infração-de-qualquer-dispositivo.

II-Advertência-pessoal.

III-Advertência-pública.

IV – Suspensão de 6(seis) meses a 1 (um) ano, ao profissional ou pessoa jurídica que demonstrar incapacidade técnica comprovada no exercício da profissão-ou-atividade.

V – Suspensão de até 1(um) ano do exercício da profissão, ao profissional ou pessoa jurídica que agir sem decoro ou comprometer o conceito e o-bom-nome-da-profissão.

VI – Suspensão de 1(um) a 3(três) anos ao profissional que, no âmbito de sua atuação, for responsável, na parte técnica, por falsidade.

§ 1º No caso de reincidência da mesma infração, praticada dentro do prazo de até 5(cinco) anos, após a primeira, será determinado o cancelamento do-registro-profissional.

§ 2º – As cominações deste artigo serão aplicadas aos responsáveis pelas empresas, entidades e escritórios referidos no artigo 92 deste Regimento.

§ 3º – Será assegurada ampla defesa aos infratores, tanto no âmbito de seu CONRERP, quanto, no caso de recurso, no do CONFERP.

TÍTULO V

DO REGISTRO PROFISSIONAL

CAPÍTULO I

DO REGISTRO

Art. 94 - Os profissionais de Relações Públicas só poderão exercer, legalmente, a profissão após o registro de seus diplomas ou títulos nos órgãos competentes e quando portadores da Carteira de Identidade Profissional expedida pelo Conselho Regional da respectiva jurisdição, com validade em todo o território nacional.

Art. 95 – As empresas, entidades, escritórios e demais pessoas jurídicas de direito privado que tenham por objetivo o exercício da atividade e a aplicação das técnicas das Relações Públicas, previstas no art. 2º da Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, serão obrigatoriamente registradas no Conselho Regional-de-sua-jurisdição.

Parágrafo único: O exercício das atividades referido neste artigo será condicionado ao pagamento de anuidade e ao recebimento do Certificado de Registro expedido pelo respectivo Conselho.

CAPÍTULO II

DA CARTEIRA DE IDENTIDADE E DO CERTIFICADO DE REGISTRO

Art. 96 – A Carteira de Identidade Profissional de Relações Públicas será numerada e assinada pelo Presidente do Conselho Regional e conterá:

I-Nome-por-extenso-do-registrado.

II-Filiação.

III-Naturalidade-e-nacionalidade.

IV – Declaração de estabelecimento de ensino em que se diplomou ou declaração de habilitação na forma da Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967 e de seu Regulamento, baixado pelo Decreto nº 63.283,-de-26-de-setembro-de-1968.

V – Número do registro no Conselho Regional respectivo.

VI-Assinatura-do-registrado.

VII – Fotografia de frente e impressão dactiloscópica.

VIII-Data-da-expedição.

IX-Números-dos-RG-e-CIC/CPF -X – Espaço para se apontar a vontade do Profissional quanto à-doação-de-seus-órgãos.

§ 1º – A Carteira de Identidade Profissional servirá de prova para o exercício da profissão e, como Carteira de Identidade terá fé pública em todo o território-nacional.

§ 2º – A Carteira de Identidade Profissional concede ao respectivo portador o direito de exercer a profissão de Relações Públicas no território nacional, desde que pagas as taxas dos emolumentos e anuidades devidas ao Conselho-Regional-onde-estiver-registrado.

§ 3º – A Carteira de Identidade Profissional não poderá ser plastificada. Em seu verso serão anotados os impedimentos e penalidades aplicadas pelo CONRERP, cuja decisão, enquanto perdurar, impedirá o Profissional de Relações Públicas de exercer sua atividade-ou-função.

§ 4º – A cédula da Carteira de Identidade Profissional será produzida e impressa pelo CONFERP que fará a sua distribuição aos CONRERPs mediante controle sob a responsabilidade da Secretaria-Geral.

Art. 97 – Os Certificados de Registro para pessoas jurídicas serão fornecidos àquelas devidamente registradas nos Conselhos Regionais mediante as instruções baixadas pelo CONFERP.

TÍTULO VI

DOS CONSELHEIROS

Art. 98 – Os Conselheiros do Sistema CONFERP têm o direito-de:

I – Solicitar ser designado coordenador de comissão ou assessoria cujas tarefas saiba ser capaz de executar com maior eficácia.

II – Solicitar ser nomeado relator de processo em que julgue ser capaz-de-contribuir-com-sua-solução.

III – Recusar ser relator, coordenador de comissão ou de assessoria, antes de sua designação pelo Presidente, em assuntos:

a – que não tenha domínio ou conhecimento técnico suficiente;.

b – em que esteja envolvido, direta ou indiretamente, e sobre o qual-possa-alegar-se-suspeito-para,-sobre-ele,-se-pronunciar;

c – em que esteja envolvido cliente, concorrente, empregado, sócio, cônjuge e parente, consangüíneo ou por afinidade, até o segundo grau, e inimigo ou adversário e sobre o qual possa vir a ser-alegada-suspeição.

IV – Solicitar o ressarcimento das despesas executadas quando estiver em exercício de tarefa para a qual tenha sido designado.

V – Exigir da Diretoria-Executiva e da CPTCP esclarecimentos sobre dúvidas porventura existentes quanto à prestação de contas ou mesmo, se necessário,-exigir-sejam-lhes-prestadas-as-contas-da-autarquia.

VI – Exigir do Secretário-Geral retificação de ata e esclarecimentos-sobre-quaisquer-assuntos-de-sua-área.

VII – Solicitar vistas nos autos, quando não for relator de processo.

§ 1º – Cada Conselheiro poderá requerer vista nos autos uma única vez em cada processo e só ser-lhe-á concedida se requerida no momento em que o Presidente, por ocasião da reunião em que o processo estiver em pauta, conceder-lhe-a-palavra-para-expressar-o-seu-voto.

§ 2º – Ocorrendo o disposto no § anterior, o Presidente retirará a matéria de pauta e o Conselheiro que requereu vista dos autos ficará impedido de se pronunciar sobre o assunto até a data determinada para prosseguimento da apreciação da matéria, que não poderá exceder àquela marcada para a próxima reunião-do Conselho.

§ 3º – A solicitação de vistas de uma mesma matéria por vários Conselheiros não poderá exceder o período de 6 (seis) meses para sua apreciação,-a-contar-de-seu-primeiro-pedido,

§ 4º – O Presidente poderá distribuir avulso dos autos e, neste caso, não será deferido pedido de vista, e o processo deverá ser julgado na reunião seguinte àquela em que os avulsos foram distribuídos.

§ 5º – Ocorrendo o disposto no § anterior, o avulso do parecer não conterá a sua conclusão.

Art. 99 – Os Conselheiros do Sistema CONFERP, depois de diplomados nos termos do Processo Eleitoral, não poderão manter relação de emprego, assessoria ou qualquer outro vínculo que gere pagamento por serviços prestados aos Conselhos.

TÍTULO VII

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 100 - Enquanto não forem instalados os Conselhos Regionais em todas as Capitais das Unidades da Federação, o Conselho Federal, mediante Resolução, poderá estender, desmembrar, incorporar ou transferir a jurisdição dos Conselhos Regionais já instalados.

Art. 101 – As alterações às normas deste Regimento serão feitas-por-Resolução-do-CONFERP.

Parágrafo único – O Conselheiro do Sistema CONFERP poderá sugerir projeto de resolução que tenha por objetivo alterar as normas deste Regimento.

Art. 102 – Na aplicação deste Regimento, os casos omissos serão resolvidos pelo CONFERP, facultado ao seu Presidente aplicar, no que couber, o Regimento Interno do Tribunal de Contas da União, e decidir por analogia, até a aprovação-do-respectivo-Plenário.

Parágrafo único – Ocorrendo o disposto no caput, o Plenário deverá se manifestar no prazo de 15(quinze) dias sobre a decisão tomada.

Art. 103 – Fica reconhecida a rede de Internet como veículo oficial para publicidade dos atos do Sistema CONFERP, ressalvados aqueles devidamente apontados nas normas do Conselho Federal.

CAPÍTULO II

DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS

Art. 104 - Os Conselhos Regionais terão o prazo de 180 (cento e oitenta) dias para submeterem seus Regimentos Internos à aprovação-do-CONFERP.

Parágrafo único – O Conselho Regional que o desejar, poderá baixar Resolução acolhendo como seu o Regimento Interno do CONFERP.

Art. 105 – O disposto nos incisos I a X do art. 96 deste Regimento Interno entrará em vigor no dia 10 de maio de 2009 e, até aquela data, vigorará a RN 04/87, de 23 de fevereiro de 1987. (**Redação *dada pela* RN Nº 68, DE 05 DE MAIO DE 2008**). **(**)**

Art. 106 – Os processos e matérias recebidas pelas Secretarias-Gerais dos Conselhos em data anterior à vigência desta Resolução obedecerão aos procedimentos então vigentes.

Art. 107 – Até que sejam baixadas as normas relativas aos procedimentos para apreciação de processos éticos, prevalecerão aquelas contidas na Portaria nº 14/89, de 07 de julho de 1989.

Art. 108 – Fica revogada a RN Nº 14/87, de 20 de dezembro de 1987, ressalvado seu art. 81 e o Anexo Único nele referido.

Art. 109 – Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação, ressalvando-se o disposto nos artigos 105, 106, 107 e 108.

Art. 110 – Revogam-se as disposições em contrário, especialmente o art. 3º, da RN 17/91, de 21 de agosto de 1991; a RN 27/98, de 12 de janeiro de 1998, a RN 28/98, de 27 de junho de 1998 e a RN 29/98, de 28 de junho de 1998.

FLÁVIO SCHMIDT
Presidente do Conselho

Publicada no DOU de 29/04/03 – Seção I – Páginas 58 a 49

Artigos Alterados:

(*) Texto original alterado:

Art. 20 – …

§ 3º – Ocorrendo o disposto no § anterior, o CONFERP será responsável pelas despesas relativas ao Presidente do Conselho Regional ou de seu representante legal. ***(Redação Original)***

(**) Texto original alterado:

Art. 105

– O disposto no art. 96 deste Regimento só entrará em vigor em no dia 1º de maio de 2004 e, até lá, vigorará a RN 04/87, de 23 de fevereiro de 1987.

(*) Texto original alterado:**

Art. 37

- O Corregedor será escolhido entre os Conselheiros Federais, efetivo ou suplente, excetuando-se aquele membro-da-Diretoria-Executiva.

ANEXO B – MANUAL DE IDENTIDADE DO SISTEMA CONFERP

Sumário

4 Apresentação

5 Elementos da logomarca

6 Inspiração

7 Versões da logomarca - Colorida

8 Versões da logomarca - Negativo com Fundo Colorido

9 Versões da logomarca - PB, em Negativo, Tons de cinza

10 Área de reserva

11 Assinatura secundária

12 Resistência

13 Identidade cromática Colorida e Tons de cinza

14 Identidade tipográfica

Apresentação

Uma logomarca expressa a identidade de uma organização para com seus públicos. É a síntese dos atributos organizacionais.

Neste Manual são encontradas as principais características e normas que devem ser observadas e aplicadas para garantir a construção efetiva da nova Identidade Visual do Sistema Conrerp.

Todo conteúdo deste Manual está de acordo com a Portaria 116/11, de 9/5/2011, art. 17, II.

Elementos da logomarca

A logomarca é formada por dois elementos: o símbolo gráfico (signo) e o logotipo (*lettering*).

Conceito

A concepção deste trabalho teve como referência as ideias de **interação e movimento** que estão implícitas no processo de comunicação.

A Comunicação pressupõe interdependência e articulação das instâncias de produção e recepção, além do complexo processo de circulação. As estruturas estabelecidas pelos significados e significantes não são simétricas e acontecem de maneira distinta em cada troca comunicativa.

A comunicação, como processo interativo e prática social, ocorre em circunstâncias e contextos histórico-culturais diversos - inclui nuances e rupturas.

É neste contexto que atua o profissional de **Relações Públicas** na criação de pontes que possibilitem a produção de novos sentidos.

A inspiração

Como principal elemento visual está o movimento, representado por três arcos. A referência partiu da Ponte Juscelino Kubitschek, também conhecida como Ponte JK, situada em Brasília DF.

Os três arcos, inspirados pelo **movimento** de uma pedra ao quicar sobre o espelho d'água, não oferecem um ponto de vista único ou perspectiva retilínea. Estas modificações sutis proporcionam analogia com a dinamicidade do processo de interação, fundamental para o trabalho de Relações Públicas.

A tipologia utilizada, denominada **Fago Cotf Black Italic**, é bastante versátil. Recebeu alterações que lhe conferiram caráter de exclusividade.

A soma do signo com a tipologia forma um interessante elemento visual para representar o Sistema Conferp.

As cores do Brasil **-** verde, amarelo e azul **-** conferem vinculação com o caráter público da instituição. A visibilidade foi ampliada pela utilização de maior luminosidade.

Versões da logomarca

Colorida

A versão colorida da logomarca está demonstrada abaixo.

Não existem outras variações quanto à diagramação entre seus elementos, eles devem compor a logomarca tal como aparecem aqui.

Versões da logomarca

Em negativo com fundo colorido

A versão em negativo com fundo colorido da logomarca está demonstrada abaixo.

Não existem outras variações quanto à diagramação entre seus elementos, eles devem compor a logomarca tal como aparecem aqui.

Versões da logomarca

PB, em Negativo, Tons de cinza

As versões em preto e branco, em Negativo e em Tons de cinza da logomarca estão demonstradas abaixo.

Não existem outras variações quanto à diagramação entre seus elementos, eles devem compor a logomarca tal como aparecem aqui.

Negativo

PB

Tons de cinza

Área de reserva

A área de reserva tem o objetivo de preservar a integridade da logomarca e melhorar sua identificação quando aplicada juntamente com outros elementos visuais.

Ela é delimitada por 0,5 cm para que não interfira na área delimitada pela moldura cinza com desenhos, fotos ou textos.

Assinatura secundária

Para suportes em que, por restrições de formato, a logomarca não puder ser aplicada em sua assinatura principal, foi desenvolvida a assinatura secundária.

Seu uso é restrito e recomendado para materiais com formatos mais verticais. Para sua correta utilização, o regramento das assinaturas secundárias é o mesmo utilizado nas assinaturas horizontais.

Resistência

A redução máxima é determinada de modo a preservar a legibilidade da logomarca.

A definição da menor aplicação pode ser influenciada pela forma e pela superfície em que será aplicada.

4,5cm

3,5cm

2,5cm

Identidade cromática

A identidade cromática está demarcada abaixo.

Colorida

C:100 M:70 Y:0 K:0
PANTONE 2945 C
R:15 G:98 B:172

C:85 M:35 Y:100 K:5
PANTONE 348 C
R:60 G:125 B:73

C:0 M:25 Y:100 K:5
PANTONE 7408 C
R:240 G:185 B:45

Tons de cinza

C:0 M:0 Y:0 K:100
PANTONE 2945 C
R:0 G:0 B:0

C:0 M:0 Y:0 K:80
80% PANTONE 2945 C
R:89 G:89 B:89

C:0 M:0 Y:0 K:40
40% PANTONE 2945 C
R:171 G:171 B:171

Identidade tipográfica

A tipologia do Sistema Conferp é formada pela família **Fago Cotf Black Italic**, com ajustes nas entreletras e em suas formas, para conferir leveza ao conjunto gráfico.

Fago Cotf Black Italic

ABCDEFGHIJLKMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijlkmnopqrstuvxz
1234567890

Desenvolvido por

ANEXO C- PORTARIA CONFERP 116/2011

PORTARIA 116, DE 09 DE MAIO DE 2011

CRIA A LOGOTIPIA E A PROGRAMAÇÃO VISUAL DO SISTEMA CONFERP E REVOGA A PORTARIA 55/01.

O Presidente do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, Conferp, em conformidade com o disposto no art. 18, I, d e j, da Resolução Normativa 49, de 22 de março de 2003 com as alterações introduzidas pelas RN 51, de 10 de janeiro de 2004, RN 61, de 15 de outubro de 2005, RN 66 de 09 de março de 2007 e RN 68, de 05 de maio de 2008 e considerando que:

1 – A ação operacional a ser executada pelos Conselheiros deve se pautar dentro dos princípios da economicidade, eficácia, eficiência, visão integrada, padronização, unidade e sinergia de resultados.

2 – A identidade visual de uma instituição depende fortemente da harmonia e coerência na apresentação de seu conjunto de elementos gráficos.

3 – A amplitude de atuação de uma instituição acarreta a necessidade de redobrado cuidado com aspectos de padronização da imagem institucional para que os componentes do Sistema Conferp sejam vistos e distinguidos como instituições de objetivos comuns.

4 – A falta de padronização impede a eficácia simbólica de uma atividade ou instituição, o que dificulta sua identificação e quebra o conceito de unidade.

5 – O critério de permanência do signo e da logotipia que constitui a logomarca do Sistema Conferp, em estreita sintonia com o Brasão da República, faz com que terminada a gestão dos atuais Colegiados do Conferp e dos Conrerps a programação visual continue a ser usada sem que haja necessidade de alteração de seus componentes. Isso só foi possível porque o estudo da definição do projeto visual agora adotado nesta portaria cuidou de não incluir referências, por mais simples que fossem, às ações dos atuais administradores.

6 – Por outro lado, esse conceito de permanência da programação visual levou em conta, também, o princípio da economicidade, uma vez que terminada essa gestão não haverá necessidade de promover alterações no material impresso e de uso do Sistema.

7 – O decidido na 3ª Reunião Conjunta, onde o Órgão Consultivo pode se manifestar, realizada em 11 e 12 de junho de 2010,

RESOLVE

DA MARCA, DA LOGOMARCA, DA PROGRAMAÇÃO VISUAL E DE SUA OBRIGATÓRIA APLICAÇÃO PELO SISTEMA CONFERP.

Art. 1º. Ficam escolhida a marca e criadas a logomarca e a padronização da identidade visual, chamada também de programação visual, do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais que compõem o Sistema Conferp nos termos das normas descritas nesta portaria.

§1°. A logomarca e a padronização da identidade visual terão por objetivo:

I – transmitir o conceito de conjunto do Sistema Conferp;

II – enfatizar a união e concentração de ações dos Conselhos Federal e Regionais na conquista dos mesmos objetivos.

§2°. Na aplicação da logomarca, o nome de cada conselho é grafado em letra maiúscula, CONFERP e CONRERP/(número da região). Na referência aos conselhos, no corpo de texto, a grafia reger-se-á pelas normas da língua culta, onde siglas cuja junção de letras formam um nome são escritas com a primeira letra em caixa alta e as demais em caixa baixa, Conferp e Conrerp/(número da região).

Art. 2º. A logomarca dos componentes do Sistema Conferp é formada por um signo e por um logotipo.

§1°. A marca utilizada pelos membros do Sistema Conferp é o Brasão da República.

§2ª. O signo utilizado pelos membros do Sistema Conferp é a representação estilizada de uma ponte, sendo que somente no do Conferp consta a palavra SISTEMA.

§3°. O logotipo utilizado pelos membros do Sistema Conferp é a sigla respectiva, sendo que nos conselhos regionais a sigla é seguida de uma barra e do numeral correspondente à sua região.

Art. 3°. A logomarca, do Sistema Conferp encontra-se definida pelo pa-drão visual estabelecido no Manual de Logomarca e de Aplicação que se encontra disponibilizado em quatro CDs assim identificados:

§1°. Nos termos dos arts. 5° e 8° desta portaria:

I – CD1/Conferp: Identidade Visual;

II – CD2/Conferp: Arquivos para Produção.

§2°. Nos termos dos arts. 9° e 11 desta portaria:

I – CD1/Conrerp: Identidade Visual;

II – CD2/Conrerp: Arquivos para Produção.

§3°. Nas especificações constantes nos CDs a que se referem os §§ anteriores são assim entendidos:

I – CorelDraw – Programa de editoração gráfica;

II – PDF – Formato de Arquivo. Pode ser acessado pelo Windows e Mac;

III – JPG – Extensão de arquivo. Pode ser acessado pelo Windows e Mac;

IV – PNG – Extensão de arquivo. Pode ser acessado pelo Windows e Mac.

Art. 4°. A aplicação da marca e da logomarca pelo Sistema Conferp é condicionada à obediência ao disposto nesta portaria e no Manual de Logomarca e Aplicação, nos termos da Relação dos Anexos de que trata o art. 17, seguinte, a cujo cumprimento se obrigam todos os conselhos nos termos do aprovado na 2ª Reunião do Órgão Consultivo, realizada por ocasião da 3ª Reunião Conjunta a que se refere o item 7 da Consideranda, ressalvado o disposto no art. 7º desta portaria.

Das peças que utilizarão a marca e a logomarca do Conferp.

Art. 5°. Nos termos do art. 2° desta portaria, ficam criadas as seguintes peças para uso do Conferp:

I – papelaria:

a) cartão de visita;

b) envelope Mod. 1 – 230 x 115 mm;

c) envelope Mod. 2 – 180 x 250 mm;

d) envelope Mod. 3 – 230 x 325 mm;

e) papel A4;

f) etiqueta para endereçamento;

g) pasta institucional;

h) pasta para autos de processos;

II – pré impressão:

a) carteira de identidade profissional;

b) diploma de conselheiro;

c) A4 para impressora;

d) testeira de boletim informativo;

e) testeira de e-mail;

III – peças institucionais

a) pin;

b) bonés;

c) cadernos;

d) camisetas;

e) caneta;

f) chaveiro;

g) porta-caneta;

h) bandeira.

Art. 6º. No art. anterior, as peças apontadas:

I – nos itens I e II são padronizadas e de uso obrigatório pelo Conselho Federal;

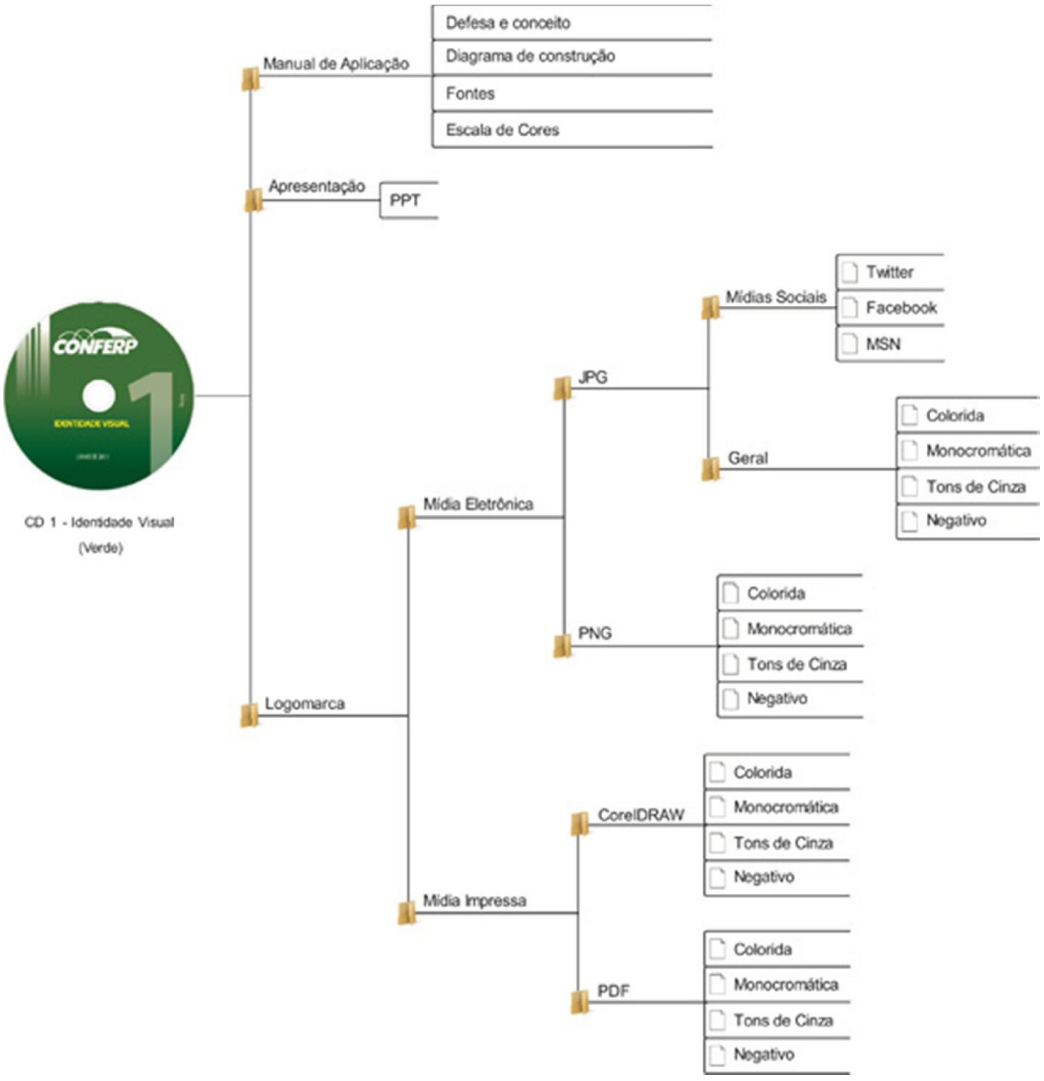
II – no item III são de livre adoção e o Conselho Federal poderá alterar e incluir outras, desde que seja obedecida a programação visual baixada por essa portaria.

Art. 7°. A carteira de identidade profissional a que se refere o art. 5º, II, a, desta portaria terá sua padronização visual detalhada em ato próprio quando do seu

lançamento e o modelo respectivo não se encontra gravado nos CD1/Conferp e CD2/Conferp apontados no art. 3º, § 1º, I e II, desta portaria.

Art. 8°. Os CD1/Conferp e CD2/Conferp referidos no art. 3°, § 1°, desta portaria contêm:

§1°. CD1/Conferp – Identidade Visual, com identificação do conteúdo constante em sua capa, devidamente acondicionado em estojo próprio, conforme o seguinte diagrama:



§2°. CD2/Conferp – Arquivos para Produção, com identificação do conteúdo constante em sua capa, devidamente acondicionado em estojo próprio, juntamente com o CD1/Conferp, conforme o seguinte diagrama:

CD 2 - Arquivos para Produção (Azul)

- Pré-Impressão
  - Word
    - A4 para impressora.doc
    - Diploma de Conselheiro.doc
    - Testeira de Boletim Informativo.doc
  - JPG
    - Testeira para e-mail.jpg
- Papelaria
  - PDF
    - Cartão de visita.pdf
    - Envelope Mod. 1 - 230x115mm.pdf
    - Envelope Mod. 2 - 180x250mm.pdf
    - Envelope Mod. 3 - 230x325mm.pdf
    - Etiqueta para endereçamento.pdf
    - Papel A4.pdf
    - Pasta Institucional.pdf
    - Pasta para auto de processos.pdf
  - CorelDRAW
    - Cartão de visita.pdf
    - Envelope Mod. 1 - 230x115mm.pdf
    - Envelope Mod. 2 - 180x250mm.pdf
    - Envelope Mod. 3 - 230x325mm.pdf
    - Etiqueta para endereçamento.pdf
    - Papel A4.pdf
    - Pasta Institucional.pdf
    - Pasta para auto de processos.pdf
- Fontes
  - Avante Garde Medium
  - Avante Garde Book BT
  - Swis 721 BT Bold
- Peças Institucionais
  - CorelDRAW
    - Bandeira.cdr
    - Bonés.cdr
    - Caderno.cdr
    - Camisetas.cdr
    - Canetas.cdr
    - Chaveiro.cdr
    - Pin.cdr
    - Porta Caneta.cdr
- Logomarca
  - CorelDRAW
    - Colorida
    - Monocromática
    - Tons de Cinza
    - Negativo
  - PDF
    - Colorida
    - Monocromática
    - Tons de Cinza
    - Negativo

Das peças que utilizarão a marca e a logomarca do Conrerp.

Art. 9º. Nos termos do art. 2°, §§ 1° e 3° desta portaria, ficam criadas as seguintes peças para uso do Conrerp:

I – papelaria:

a) cartão de visita;

b) envelope Mod. 1 – 230 x 115 mm;

c) envelope Mod. 2 – 180 x 250 mm;

d) envelope Mod. 3 – 230 x 325 mm;

e) papel A4;

f) etiqueta para endereçamento;

g) pasta institucional;

II – pré impressão:

a) certificado de registro de pessoa jurídica;

b) certificado de responsabilidade técnica;

c) crachá de fiscal;

c) A4 para impressora;

d) testeira de boletim informativo;

e) testeira de e-mail;

f) selo de referência;

III – peças institucionais

a) pin;

b) bonés;

c) cadernos;

d) camisetas;

e) caneta;

f) chaveiro;

g) porta-caneta;

h) bandeira;

i) jaleco para fiscal.

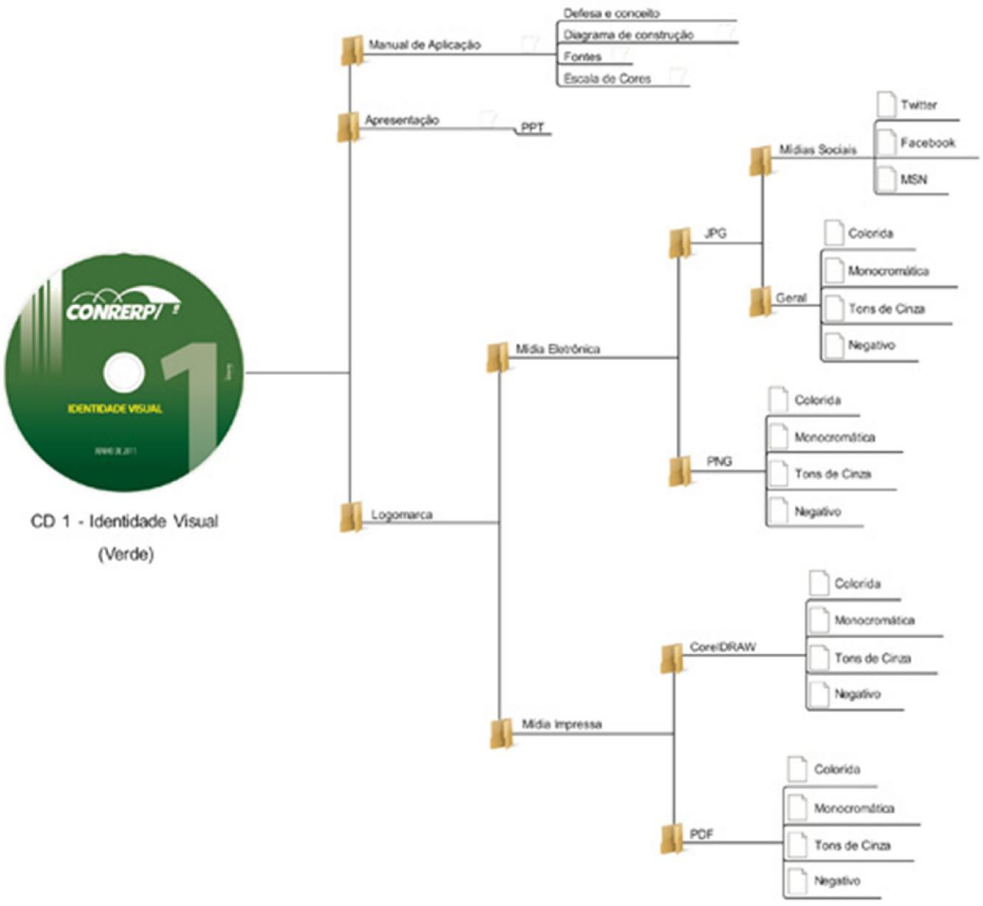
Art.10. No art. anterior, as peças apontadas:

I – nos itens I e II são padronizadas e de uso obrigatório pelo Conselho Regional;

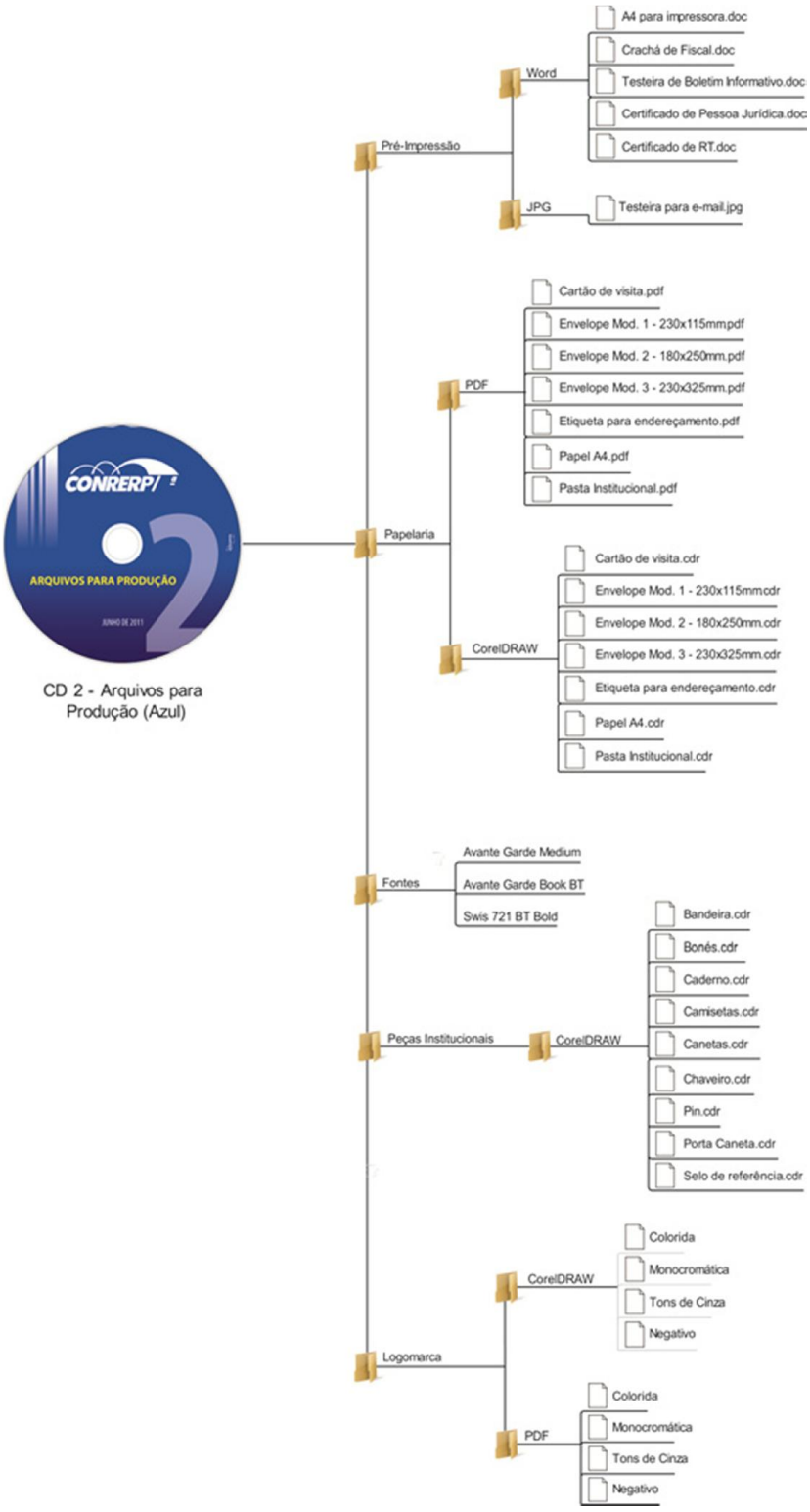
II – no item III são de livre adoção e o Conselho Regional poderá alterar e incluir outras, desde que seja obedecida a programação visual baixada por essa portaria.

Art. 11. Os CD1/Conrerp e CD2/Conrerp referidos no art. 3°, § 2° desta por-taria contêm:

§1°. CD1/Conrerp – Identidade Visual, com identificação do conteúdo constante em sua capa, devidamente acondicionado em estojo próprio, conforme o seguinte diagrama:



§2°. CD2/Conrerp – Arquivos para Produção, com identificação do conteúdo constante em sua capa, devidamente acondicionado em estojo próprio, juntamente com o CD1/Conrerp,conforme o seguinte diagrama:



Das Cores.

Art.12. As cores definidas na marca e na programação visual tratadas nes-sa portaria e de uso obrigatório no Sistema Conferp são aquelas enumeradas pelos códigos de padronização no uso de escala das tonalidades de cor, a saber:

I – CMYK, que são as tonalidades usadas para serviços gráficos;

II – PANTONE, que são as tonalidades para uso geral;

III – RGB, que são as tonalidades usadas em monitor de computador.

Art.13. Os códigos da escala das cores deverão ser utilizados em conformidade com o CD1 – Identidade Visual.

Das disposições transitórias.

Art.14. O Sistema terá até 90 (noventa) dias, a contar da entrada em vigor desta portaria para implantação definitiva das novas logotipia e padronização visual.

Parágrafo único. Transcorrido o prazo de que trata o caput, a Secretaria-Geral do Conferp apresentará minuta de projeto de resolução na qual constará a penalidade a ser imposta ao conselho que não tiver ainda cumprido com o disposto nesta portaria.

Das dispões finais.

Art.15. As medidas dos envelopes referidos nos arts. 5° e 9°, I, b, c, e d desta portaria poderão sofrer alterações entre 10 e 20 mm provenientes de corte de fabricação.

Parágrafo único. Ocorrendo o descrito no caput, a produção cuidará de adequar a arte fornecida ao tamanho do envelope a ser impresso.

Art.16. Os conjuntos dos CDs acondicionados nos estojos a que se refe-rem os arts. 8° e 11, 1° e 2°, desta portaria ficarão sob a guarda da Secretaria-Geral do conselho respectivo.

Art.17. Fica apontada a Relação dos Anexos desta Portaria, a saber:

I – Anexo 1 – Contém Manual da Logomarca e de Aplicação do Conferp, acompanhado do CD1 Identidade Visual e CD2 Arquivos para Produção;

II – Anexo 2 – Contém Manual da Logomarca e de Aplicação do Conrerp, acompanhado do CD1 Identidade Visual e CD2 Arquivos para Produção.

Art.18. Fica revogada a Portaria 55/2001, de 25 de maio de 2001.

Art.19. Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 9 de maio de 2011

FLÁVIO DE BORBA SCHMIDT

Presidente

CONRERP/2ª 1723

ANEXO D – Ofício 017/2014, à Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás

Conselho Regional
de Profissionais
de Relações Públicas

Ofício 017/2014/Pres./DF

Brasília, 14 de maio de 2014

Ao
Ilustríssimo senhor
Magno Medeiros Silva
Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação
da Universidade Federal de Goiás - UFG

Prezado Senhor,

O Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas – Conrerp/6ª é responsável pela normatização e fiscalização da profissão de Relações Públicas nos estados do Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins, Maranhão, Amazonas, Pará, Acre, Amapá, Rondônia e Roraima.

Existente desde 1986, o Conrerp/6ª está subordinado ao Conferp – Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, também com sede em Brasília – DF.

Fiscalizando o Estado de Goiás desde a sua fundação, o Conrerp/6ª, juntamente com o Conferp pretendem instalar uma Delegação Federal no estado, mais especificamente na capital Goiânia. Essa delegacia deverá ser o embrião do futuro Conrerp/Goiás, com jurisdição em Goiânia e nas demais cidades do estado.

Para tanto, como ambos são autarquias federais, cujas contas são submetidas à aprovação do TCU – Tribunal de Contas da União e a UFG – Universidade Federal de Goiás também é autarquia federal, os conselheiros pensaram numa parceria de colaboração entre as instituições.

Assim é que, para instalação da delegacia federal, o Conferp – Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas necessita da cessão de uma sala com mobiliário para sediar a delegacia, em regime de comodato, para sua instalação. As despesas com funcionários e despesas administrativas serão cobertas pelo Conferp/Conrerp/6ª.

Seria somente nessa primeira etapa de trabalho, durante o restante do ano, pois a partir de 2015, com a delegacia instalada, os profissionais de Relações Públicas registrados no estado já passarão a contribuir diretamente para ela.

À COORD. DO CURSO DE RP,
PARA ANÁLISE.
21/05/14
Prof. Magno Medeiros
Diretor da FIC - UFG
Siape 1217633

CONRERP/6ª
Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas / 6ª Região
SDS Ed. Venâncio II SL 305
70393-900 Brasília DF
Fone (61) 3224-3844 Fax (61) 3223-7373
@conrerp6 - conrerp6@conrerp6.org.br - www. conrerp6.org.br

O que há de grande no homem é ser ponte e não meta.
Nietzsche

Conselho Regional
de Profissionais
de Relações Públicas

Esta é uma oportunidade de Goiás e sua capital conseguirem sua autonomia na profissão de Relações Públicas, única das profissões da área de comunicação social a ter sua própria Lei, a de número 5377 de 11/12/1967. Será bom para o mercado e bom também para as instituições de ensino que ministram cursos de Relações Públicas, pois teriam mais gente pugnando pela área.

Certos de contarmos com a compreensão e colaboração dessa instituição de ensino superior permanecemos ao inteiro dispor, apresentando nossas cordiais saudações.

Atenciosamente,

Bernardo De Felippe Júnior
Conrerp/6ª – número 154
Presidente

CONRERP/6ª
Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas / 6ª Região
SDS Ed. Venâncio II SL 305
70393-900 Brasília DF
Fone (61) 3224-3844 Fax (61) 3223-7373
@conrerp6 - conrerp6@conrerp6.org.br - www. conrerp6.org.br

O que há de grande no homem é ser ponte e não meta.
Nietzsche