

Relações Públicas: uma definição objetiva

Fonte: CONFERP – Conselho Federal de Relações Públicas

“na prática, Relações Públicas tem como função e responsabilidade, ajudar organizações a encontrarem sua identidade, por seus valores éticos, morais, culturais e organizacionais. E para tanto, também é seu papel recomendar mudanças de postura e atitude, com a finalidade de transformar tais princípios em conceitos”.

“na função de transmitir os conceitos, Relações Públicas desenvolve ações que determinam o melhor nível de relacionamento da empresa com seus públicos. Isto implica em abordagem e linguagem específicas, de acordo com as necessidades e expectativas de cada grupo”

Em linhas gerais, o profissional de Relações Públicas é responsável por administrar estrategicamente a comunicação de uma organização com seus diversos públicos de interesse.

Regulamentação:

A lei nº 5.377, de 11/12/1967, o decreto-lei nº 860, de 11/09/1969, e os decretos nºs 63.283, de 26/09/1968 e 68.582, de 04/05/1971 – todos de âmbito federal – compõem a legislação que regulamenta a profissão de Relações Públicas e seu exercício.

A lei define como **atividades específicas** de Relações Públicas:

- ❖ A informação de caráter institucional entre as entidades e o público por meio dos meios de comunicação;
- ❖ A coordenação e planejamento de pesquisa de opinião pública para fins institucionais e de imagem;
- ❖ O planejamento e execução de campanhas de opinião pública;
- ❖ A orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formação de políticas de Relações Públicas;
- ❖ A promoção de maior integração da instituição na comunidade;
- ❖ A informação e orientação da opinião pública sobre os objetivos de uma instituição;
- ❖ A assessoramento na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública;
- ❖ A consultoria externa de Relações Públicas junto a dirigentes de instituições;
- ❖ O ensino de disciplinas específicas ou técnicas de Relações Públicas;

Funções de Relações Públicas

As atividades básicas específicas de um profissional de Relações Públicas estão contidas em cinco grandes segmentos: Pesquisa; Assessoria e Consultoria; Planejamento; Execução; Avaliação.

I – Pesquisa

Promover pesquisas de opinião pública e de audiência.

Analisar resultados e Diagnosticar.

Definir os públicos estratégicos da empresa.

Detectar situações que possam afetar a imagem junto à opinião pública.

II – Assessoria e Consultoria

Sugerir políticas de Relações Públicas para a organização.

Sugerir políticas de Propaganda Institucional e Apoio ao Marketing.

Sugerir atitudes ou mudanças de atitudes no tratamento com os setores da opinião pública.

III – Planejamento

Elaborar planos, campanhas, e operações de Relações Públicas.
Elaborar planejamento estratégico de comunicação para a organização.
Planejar campanhas Institucionais

IV – Execução

1. Comunicação entre empresa e público estratégico

Implantar e coordenar as ações definidas no Planejamento Estratégico e conduzir os trabalhos de modo a conscientizar, primeiro, todos os níveis da organização buscando o envolvimento e de formação de imagem e, em segundo, definir projetos de comunicação dirigida aos públicos estratégicos da empresa a fim de informa-los corretamente das atividades da organização e obter deles aceitação e boa vontade perante a empresa.

2. Ações de comunicação dirigida

Elaborar publicações da empresa para funcionários, clientes, fornecedores etc.

(*house organ e newsletter*, folhetos, relatórios);

Desenvolver modos de comunicação por meios audiovisuais e eletrônicos e de informática – internet e intranet;

Elaborar campanhas de informação, conscientização e institucionais;

Organizar congressos, conferências, simpósios, etc;

Elaborar quadros de avisos, exposição, mostras, etc;

Organizar e dirigir visitas às instalações, viagens, etc;

Redigir discursos, correspondências e atender consultas e pedidos;

Manter contatos pessoais e por outros meios com líderes de opinião, empresários, autoridades, etc;

Supervisionar coberturas fotográficas, vídeos.

3. Eventos e promoções especiais

Organizar eventos e encontros empresariais, que tenham caráter informativo para construir imagem como inaugurações, comemorações;

Dirigir cerimonial e representar a empresa e sua direção;

Manter cadastro de líderes de opinião de interesse da empresa.

4. Gerência de assuntos públicos

Acompanhar assuntos de interesse público afetos à empresa;

Organizar e coordenar grupos de trabalho específicos por assunto;

Coordenar a execução das atividades sugeridas por esses grupos.

5. Divulgação para a imprensa

Organizar e manter atualizado cadastro de jornalistas;

Manter contatos permanentes com a imprensa;

Elaborar e distribuir noticiário e organizar e dirigir entrevistas;

Organizar e manter atualizados arquivos de áudio, foto e imagem.

V – Avaliação

Avaliar, com técnicas de pesquisa e análise, os resultados de Relações Públicas desenvolvidos.

Sites relacionados à Relações Públicas

www.mundorp.com.br www.centerrp.cdom.br www.aberje.com.br

www.publicrelations.com www.prmuseum.com www.conrerprssc.org.br

www.sinprorp.org.br www.ipranet.org www.prsa.org www.prsadetroit.org

www.jornaloculos.cjb.net www.melhores.com.br www.sbpmp.org.br

www.comunicarte.com.br www.acaocomunicativa.pro.br www.conrerpmg.org.br

www.conrerp-sp.org.br