



Á COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS E DO PROTOCOLO NA SOCIEDADE CONTEMPORÁNEA

EL PAPEL DE LAS COMUNICACIONES CORPORATIVAS Y RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Manuel Alfredo Oliveira dos Santos Augusto: Universidad de Vigo (España)
oliveira.dossantos@uv.es

CURRÍCULUM VITAE

Doctorando en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo (España). Licenciado en Relaciones Públicas por el ISMAI de Oporto (Portugal). Miembro de Fórum XII de Comunicación y Relaciones Públicas y de la SEECI (Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana)

RESUMO

O enquadramento geral do tema encontra-se subjacente à área comunicacional, mais particularmente as Relações Públicas e Protocolo, nomeadamente o empresarial, como técnicas de extrema importância e relevância no contexto organizacional do mundo moderno. O enquadramento geral do tema encontra-se subjacente à área comunicacional, mais particularmente as Relações Públicas e Protocolo, nomeadamente o empresarial, como técnicas de extrema importância e relevância no

contexto organizacional do mundo moderno. O enquadramento geral do tema encontra-se subjacente à área comunicacional, mais particularmente as Relações Públicas e Protocolo, nomeadamente o empresarial, como técnicas de extrema importância e relevância no contexto organizacional do mundo moderno. As Relações Públicas são o modo formal das organizações comunicarem com os seus públicos, assente num planeamento comunicacional que estruture todas as componentes organizacionais. As Relações Públicas têm origens longínquas, pois já os mercadores anunciavam os seus produtos através de explicações persuasivas, de forma a garantir e fazer identificar uma determinada imagem. Há quem defenda que em Portugal esta actividade existe desde o século XVI, na Época dos Descobrimentos, com a publicação de um regulamento oficial para o cumprimento de regras de atendimento. O Protocolo é um conjunto de regras, baseando-se em normas, usos, costumes e valores vigentes nas atitudes e comportamentos sociais. Podemos que as Relações Públicas e o Protocolo são conceitos distintos, embora se complementem inteiramente. Também se fala do perfil deve ter o líder protocolar.

PALAVRAS-CHAVE

Relações Públicas - Protocolo - Mundo Moderno - Portugal - Líder protocolar

RESUMEN

El marco general de las temáticas subyace en el área de comunicación, en particular las Relaciones Públicas y Protocolo, en particular las empresas, como las técnicas de extrema importancia y relevancia en el contexto de la organización del mundo moderno. El marco general de las temáticas subyace en el área de comunicación, en particular las Relaciones Públicas y Protocolo, en particular las empresas, como las técnicas de extrema importancia y relevancia en el contexto de la organización del

mundo moderno. El marco general de las temáticas subyace en el área de comunicación, en particular las Relaciones Públicas y Protocolo, en particular las empresas, como las técnicas de extrema importancia y relevancia en el contexto de la organización del mundo moderno. Relaciones Públicas es la manera formal de las organizaciones a comunicarse con sus audiencias, sobre la base de un plan de comunicación que las estructuras de todos los componentes de la organización. Las Relaciones Públicas tienen orígenes lejanos, debido a que los comerciantes han anunciado sus productos a través de explicaciones convincentes, para asegurar e identificar una imagen en particular. Algunos argumentan que esta actividad existe en Portugal desde el siglo XVI, la época del descubrimiento, con la publicación de una reglamentación oficial para cumplir con las normas de asistencia. El Protocolo es un conjunto de reglas, basado en normas, prácticas, costumbres y valores en las actitudes y comportamientos sociales. Nosotros, los de Relaciones Públicas y Protocolo son conceptos distintos, aunque es totalmente complementarios. También se habla del perfil debe tener el protocolo principal.

PALABRAS CLAVE

Relaciones Públicas - Protocolo - Mundo Moderno - Portugal - Líder de protocolo

ÍNDICE

1. Introducto e Metodología
2. O Acto de Comunicar e a sua importancia na Vivencia da Sociedade Contemporânea
3. O Papel e a Importancia das Relagoes Públicas
 - 3.1 Algumas definições e considerações
4. Breve resumo histórico das Relagoes Públicas em Portugal

5. O Protocolo como Instrumento das Relações Públicas

5.1 Algumas definições e considerações

6. O Líder Protocolar

6.1 Perfil do Líder Protocolar

6.2 Tomada de riscos

6.3 Dirigir o grupo com profissionalismo

7. Protocolo Diplomático, Empresarial e Social

8. Áreas de actuação do Protocolo

8.1 Congressos e Seminários

8.2 Convenções e Encontros

8.3 Feiras, Mostras e Exposições

8.4 Conferências

9. Conclusão

10. Bibliografia

TEXTO

1. Introducto e Metodología

Tudo no universo comunica: plantas, animais, seres humanos e até a própria galáxia.

O enquadramento geral do tema encontra-se subjacente à área comunicacional, mais particularmente as Relações Públicas e Protocolo, nomeadamente o empresarial, como técnicas de extrema importância e relevância no contexto organizacional do mundo moderno.

Com a realização desta investigação pretende-se reunir um conjunto de perspectivas e uma certa visão conceptual no que diz respeito as Relações Públicas e seus instrumentos enquanto elementos-chave a nível da comunicação institucional, quer seja numa estrutura organizativa quer no âmbito social e descobrir a verdadeira utilidade dessas actividades no processo decisório e nas estratégias de comunicação das organizações.

Ào longo da historia da Comunicação como ciência social encontramos estudiosos nos quais reconhecemos a importância das suas teorias, assim como o seu indispensável contributo para o nascimento, discussão e desenvolvimento de determinadas disciplinas como as Relações Públicas.

Consideramos a abordagem desta temática muito relevante, pois cada organização é um lugar de comunicação, onde interagem diversos elementos e "actores" que contribuem para uma eficaz e integrada comunicação humana.

Será importante a postura e o investimento de uma organização relativamente ao investimento na comunicação?

É evidente, visto que identificam-se as necessidades e permite-se o abrir de certas portas, outrora não referenciadas, facilitando o processo e as relações comunicacionais com os diferentes públicos.

É fundamental reconhecer a importância do trabalho e as características de um relacionador de públicos 1 no conjunto de todos os membros de uma organização/sociedade, sendo estas dinâmicas e em constante mudança.

Toda esta perspectiva anteriormente descrita demonstra que a concretização dos objectivos terá de assentar numa política de comunicação eficaz com o intuito de fidelizar e criar uma sintonia de interesses entre todos os elementos afectos às diversas estruturas, aumentando e melhorando, deste modo, a qualidade dos serviços e das instituições.

Quanto à metodologia utilizada no processo de investigação foi principalmente efectuada pesquisa nas seguintes fontes, levantamento e leituras bibliográficas adequadas ao tema em questão e documentação de eventos da referida área de abordagem.

1- Tradução original do termo Public Relations pelo Prof. Mestre Abílio da Fonseca, impulsor das Relações Públicas em Portugal, inscrita no Dicionário para Relações Públicas, p. 187

2. O Acto de Comunicar e a sua importancia na Vivencia da Sociedade Contemporânea

Analisando no Homem o acto da comunicação, Baragli define este como "faculdade de tornar comum aos outros não somente as coisas externas a ele, mas também ele próprio e as suas acções mais íntimas da consciência - ideias, vontades, estados d' alma."²

A Comunicação é intrínseca a todos os seres vivos.

O Homem é um ser eminentemente social, para quem a presença do outro é indispensável.

Comunicar é, assim, o acto de transformar o individual em colectivo e, sendo uma questão essencialmente social e cultural, aproxima os homens pela utilização de instrumentos específicos que ajudam a simplificar o processo de transmissão de mensagens que correspondem à demonstração de necessidades inatas e adquiridas.

Viver é estar em permanente movimento, aprendizagem e em contacto com os outros. Este é um fenómeno complexo e manifesta-se de varias formas que são inerentes ao relacionamento social.

É através da comunicação que existe a adaptação ao meio onde se vive, onde se criam e desenvolvem estratégias para sobreviver.

Utilizam-se complexos sistemas lingüísticos (a mímica, a música, o código lingüístico e morse, etc.) com diferentes símbolos, verbais, não-verbais e escritos que as pessoas, são seres em relação, transmitindo conhecimentos, experiências e saberes.

Idalberto Chiavenato, refere que "o Homem tem a capacidade de articular linguagem com raciocínio abstracto; em outros termos, o Homem tem a capacidade de comunicação."³

É então de referir que existem regras que regulamentam e orientam a conduta humana tendo como objectivo, a compreensão e a troca das mensagens e informação de uma forma positiva e recíproca entre individuo e a sociedade. Estas regras orientam a actividade humana, criando padrões de cultura, através dos quais se desenvolvem as relações humanas.

Podemos afirmar que factores como a cultura, a educação, a idade, o sexo, a personalidade, a classe social é o meio onde acontece o processo comunicativo, influenciando o comportamento e a adaptação dos intervenientes.

Comunicamos porque precisamos de ser motivados, de criar símbolos de identificação na sociedade em que nos inserimos.

A procura incessante de padrões de cultura desde o momento em que nascemos reflecte a natural necessidade de nos integrarmos em grupos, desde a família, a escola, associações, empresas, etc.

É com a vivência em sociedade que nos relacionamos, temos condições de vida e realizamos os nossos interesses.

O processo de sociabilização e a aprendizagem social tem cada vez mais sido alargado e facilitado devido a todo um conjunto de envolventes que permitem o acesso mais rápido as informações e ao interrelacionamento humano.

"Na transmissão de informação e na difusão de valores e de cultura, a família reparte crescentemente o seu papel com a escola, a imprensa, os meios audiovisuais e com as grandes redes de transmissão de mensagens, conhecimentos, experiências e ideias."⁴

A comunicação organiza-se, no plano social, não só em termos de quem fala, a quem e em que código, mas como um pequeno sistema de acção, aceite por todos os que nela participam e regido por um ritual próprio, isto é, como um encontro social.

Para que possa existir um certo grau de organização social é necessário que os membros do grupo comuniquem entre si, ou seja, tenham a capacidade de enviar informação uns aos outros a fim de exercer influencias recíprocas.

A comunicação só será possível, portanto, se forem idênticas as extremidades do processo, ou seja, se entre quem transmite a mensagem e quem a recebe, existirem algumas experiências anteriores comuns, nomeadamente vivência, linguagem, cultura, estilo de vida, que permitam que eles se compreendam, dando à mensagem o significado certo.

Assim, o objectivo subjacente ao acto de comunicar será de transmitir informações e trocar experiências de forma a tornar mais fácil e frutífera a vida individual e colectiva.

As Relações Públicas e os seus instrumentos como técnicas de comunicação estão a tornar-se cada vez mais sofisticadas e procuradas devido ao seu factor comunicacional pelo qual esta actividade é evidenciada, pois em determinadas situações a quem a elas não recorre, é de notar alguma aparente decadência interna nas organizações e nos seus processos relacionais.

Daí que, não podemos deixar de referir que o desenvolvimento industrial se processou paralelamente ao aparecimento dos meios e canais de comunicação, que desenvolveram por sua vez a sociedade.

Desta forma, poderemos afirmar que a comunicação se tornou num elemento muito importante para o poder económico mundial.

Um ponto fulcral é que a comunicação é um recurso partilhado por todos aqueles que vivem em sociedade e que vivem em organizado: é um processo entre o staff ea administração.

Hoje mais do que nunca, o efeito comunicacional manifesta-se de uma forma mais relevante e alguns até afirmam ser preocupante, a "era da comunicação" passa a ser igualmente designada, como a "era do telemóvel" e de outros mecanismos super engenhosos que de uma forma mais ou menos favorável poderão distorcer o seu processo natural.

Mas não estamos sozinhos e deve-se usar a comunicação para coordenar o comportamento daqueles que nos afectam e que por eles somos afectados.

A sintonia de interesses e o entendimento mútuo são os maiores objectivos das Relações Públicas, assim como o é na vivencia pessoal de cada um.

Se a nossa realização integral passa por essa cooperação e vivencia comum, é natural que desenvolvamos formas que tornem isso possível, isto é, permitam a Comunicação.

2- OLASKY, Marvin: Corporate Public Relations - A New Historical Perspective, p. 23

3- Chiavenato, Idalberto apud Abílio da Fonseca. Comunicação Institucional. O Contributo das Relações Públicas. Pág. 62.

4- Bagão, Félix apud Manuela Monteiro & Irene Queirós. Psicossociologia. Pág. 142.

3. O Papel e a Importancia das Relagoes Públicas

Muitas das definições de Relações Públicas são longas e por vezes complexas, mas na maior parte dos casos contém elementos fundamentais: comunicação, públicos e administração.

As Relações Públicas são o modo formal das organizações comunicarem com os seus públicos, assente num planeamento comunicacional que estructure todas as componentes organizacionais.

3.1 Algumas definições e considerações

Eduard Bernays, primeiro teórico das Relações Públicas a nível mundial, define "Las Relaciones Públicas son el intento, por medio de la información, persuasión y ajuste de obtener y manejar el apoyo del público para una actividad, causa, movimiento o institución."⁵

Já Sam Black, impulsor e pioneiro das Relações Públicas na Europa e altamente reconhecido pelas suas teorias internacionais no mundo desta actividade, sendo uma autoridade indiscutível na matéria, afirma "El ejercicio de las Relaciones es el arte y la ciencia de alcanzar la armonía con el entorno, gracias a la comprensión mutua basada en la verdad y en una información total."⁶

Denny Griswold of Public Relations News expõe,

"As Relações Públicas são uma função administrativa, a qual avalia atitudes públicas, identifica políticas e procedimentos de um individuo ou uma organização com o seu público de interesse, planeando e executando um programa de acedo, de modo, a ganhar a compreensão e aceitação desse mesmo público."7

As Relações Públicas definem-se, então, como a administração da comunicação entre uma organização e os seus públicos; assim pode-se entender que esta disciplina consiste na comunicação administrada de uma organização para com os seus variados públicos, sendo estes activos, na medida em que se movem e fluem com toda a sua especificidade na estrutura organizativa, com diferentes interesses, motivações, aspirações, e por isso, frequentemente antagónicos.

Sendo a actividade das Relações Públicas um fenómeno global, a sua aprendizagem deve ser contínua, por forma a desenvolver as suas estratégias e alcançar os seus objectivos com êxito, estabelecendo "o clima favorável entre uma entidade pública e privada e os seus diferentes públicos."8

Como pode ser observado ão longo dos tempos numerosas actividades profissionais tornam-se imprescindíveis para a sociedade reconhecendo-lhes a devida utilidade, como tem vindo a acontecer com as Relações Públicas, tal como o Prof. Mestre Abílio da Fonseca defende, "As Relações Públicas são tão velhas quanto a sociedade humana."9

Os comunicadores da empresa e os relacionadores de públicos esperam, assim, ver reconhecida esta actividade que teve inicio nos Estados Unidos, chegando a Europa e mais precisamente a Portugal na década de 60.

As Relações Públicas nas empresas têm como objectivo manter as adequadas relações de uma organização, com os seus distintos públicos, com objectivos determinados, com o intuito de atingir a viabilidade e consecução da política empresarial delineada.

A prática das Relações Públicas tem por objecto analisar tendências, predizer consequências, assessorar o estrato superior hierárquico da organização, criar uma empatia eficaz entre todos os públicos e intervenientes dessa mesma estrutura, quer sejam os trabalhadores, accionistas, clientes, fornecedores, organismos oficiais, meios de comunicação social, entre outros.

O seu conteúdo tem como principio criar uma base sólida de compreensão, credibilidade, empatia e confiança, utilizando um conjunto de critérios com vista a obter o apoio, equilíbrio e bem-estar de todos os públicos envolventes a organizado.

As Relações Públicas, sendo por excelência Comunicado Institucional regem-se por determinadas premissas:

Informação genérica ou específica da organizado relativas aos distintos públicos e à própria empresa;

Persuasão directa do público, de forma a modificar e/ou assentar atitudes e acções respeitantes à empres

Estabelecer em conjunto esforços para integrar e motivar essas atitudes e acções entre a empresa e os seus públicos, conseguindo uma interrelação estreita e adequada, criando a melhor empatia e feedback 10 de todos os intervenientes institucionais.

E necessário de qualquer das formas facilitar a comunicação através de um escoamento acessível da informação, pois nem sempre COMUNICAR é INFORMAR.

Para explicar tal afirmação, poderemos recorrer ao ponto de vista descritivo de Brajnovic, que estabelece fronteiras entre estes conceitos:

"la Información es el conjunto de las formas, condiciones y actuaciones para notificar o hacer saber - individualmente o públicamente - los elementos de conocimientos, de hechos, o previsibles, todo ello mediante un lenguaje adecuado y comunicable, utilizando palabras o signos, señales y símbolos, expresados directamente o a través de los conductos y sistemas aptos para este fin, como son los medios de comunicación social o cualquier otro procedimiento instrumental o especulativo"¹¹

Na mesma sequência lógica, o Prof. Manuel Fernández Areal refere, "Comunicación es Información. Una cosa es ponerse en contacto, comunicarse, poner en común, crear un ambiente, etc. y otra transmitir datos, hechos, conocimientos, incluso opiniones."¹²

Poder-se-á então, afirmar que será indispensável tomar decisões que produzam a plena consciência do que é a organização, quais os valores e ao mesmo tempo coordenar todo este processo comunicacional através de técnicas, quando necessário que levem à satisfação dos interesses de todos os participantes na instituição.

Neste sentido, evidenciamos uma das figuras mais importantes das Relações Públicas mundiais, Ivy Lee¹³, dizendo: «El Público no debe ser ignorado, sino que debe ser informado, aplicando técnicas "Open Book", es decir, libro abierto, sin tapujos ni secretos, ante cualquier crisis y aplicando debidamente las Relaciones Públicas».

«En definitiva, abrir las puertas de la Empresa al público interesado, dándole informaciones oportunas y adecuadas sobre las materias que sean de interés general, teniendo siempre en cuenta los intereses de las Empresas, así como los de las instituciones públicas o entidades relacionadas con el caso.»¹⁴

5- em BLACK, Sam: ABC de las Relaciones Públicas. Pág. 60.

6- em BLACK, Sam: ABC de las Relaciones Públicas. Pág. 61.

7- Griswold, Denny apud Anne Gregory: The Institute of Public Relations-PR in Practice Series. Pág. 62.

8- Martins Lampreia, J.: Comunicação Empresarial. As Relações Públicas na gestão. Pág. 33.

9- da Fonseca, Abílio apud Revista Perspectivas XXI. Pág. 67.

10- É dizer, retroacção da mensagem no processo comunicacional.

11- Brajnovic apud Manuel Fernández Areal: El Proceso Comunicativo. Pág. 19.

12- Fernández Areal, Manuel: El Proceso Comunicativo. Pág. 22.

13- Considerado o pai das Relações Públicas e assessor da Corporação Rockfeller.

14- Coordenado por Barquero Cabrero, José Daniel: Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales. Pág. 108.

4. Breve resumo histórico das Relações Públicas em Portugal

Neste capítulo pretendemos contextualizar as Relações Públicas em Portugal de uma forma breve e não concretizar todo o seu historial, uma vez que seria necessário uma investigação mais profunda, rigorosa e demorada.

O objectivo primordial é realçar o papel e a importância desta ciência empresarial no nosso país, pelo facto de ter sido e ser, negligenciada.

As Relações Públicas têm origens longínquas, pois já os mercadores anunciavam os seus produtos através de explicações persuasivas, de forma a garantir e fazer identificar uma determinada imagem.

Há quem defenda que em Portugal esta actividade existe desde o século XVI, na Época dos Descobrimentos, com a publicação de um regulamento oficial para o cumprimento de regras de atendimento.

Numa interpretação simplista, poder-se-ia aliar a muitas outras condicionantes o regime político anterior a 1974 (ditadura de Antonio Oliveira Salazar), que não permitia uma prática comunicacional, englobando todos os meios de comunicação social e formas de opinião pública, desimpedida e livre de constrangimentos.

Assim, o catedrático Luis Solano da Universidade Complutense de Madrid refere-se à opinião pública como:

“entendemos por opinión pública el pronunciamiento expreso de una colectividad y mediante las personas idóneas en cada caso, acerca de un aspecto de la realidad que

se considera de interés general y que ha sido, generalmente, objeto de controversia".¹⁵

Comparativamente com o que se passava com outras ciências sociais e humanas, as Relações Públicas não encontravam condições de implementação eficaz, registrando-se quase nenhuma bibliografia original publicada, bem como formação acadêmica correspondente.

Isto não quer dizer que as Relações Públicas só surgiram em Portugal pós 25 de Abril de 1974, com a revolução dos cravos, que pôs fim ao regime ditatorial, permitindo a implantação da democracia.

Em Portugal, as Relações Públicas existem desde sempre, devido a preocupares de boa convivência, bem-estar e aceitação social.

Exemplificando a longevidade desta actividade, referimos um pequeno texto histórico curioso, desta atitude de comunicação para a compreensão e aceitação social,

«Em plena época da expansão marítima e colonial portuguesa, conseqüente aos Descobrimentos, D. Manuel I (considerando de extrema importância para o bom sucesso dos negócios que as companhias comerciais estabelecessem excelentes relações com os seus públicos), determinou, em 1509, "que sejam tratados os mercadores y pessoas que tratam em nossas Caazas"... "bem ouvidos, respondidos, y despachados (...) y modo que sempre possam hir contentes y do seu bem librados, y com rezam y justissa.»¹⁶

Esta mesma idéia, que nos mostra as relações públicas como uma questão política, recolhe-se nos trabalhos de investigação do Doutor David Caldevilla, da Faculdade de Ciências da Informação da Universidade Complutense de Madrid. Dito autor afirma que:

“Desde los orígenes de la Opinión Pública, la visión que dominó de ella fue su visión institucionalista. Lo hizo hasta el período de entreguerras del siglo XX y fue interpretada principalmente como un concepto político y jurídico.” 17

Não nos referindo à atitude, mas às Relações Públicas como actividade empresarial, estas surgem em Portugal aproximadamente em 1960, assim como em muitos países europeus, com cerca de cinquenta anos de atraso face aos Estados Unidos da América, onde nasceram e se desenvolviam em grandes empresas multinacionais.

Como datas históricas, podemos salientar determinados anos como 1964 e 1968, respectivamente pela criação do Curso de Relações Públicas e Turismo, no Instituto de Novas Profissões, e pela Fundação da SOPREP - Sociedade Portuguesa de Relações Públicas.

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

Após o regime de 1974, sucederam-se alguns acontecimentos que marcaram a actividade em Portugal, tais como:

16 de Abril de 1978 - Aprovação do Código de Lisboa, como Código Europeu de Conduta Profissional de Relações Públicas, em Assembleia Geral da Confédération Européenne des Relations Publiques;

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

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

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

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

a partir de 1986 - com a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia, assiste-se ao aumento de agencias, embora nem todas se dediquem em exclusivo a esta actividade;

1989 - é fundada a APECOM - Associação Portuguesa das Empresas de Conselho de Comunicação e Relações Públicas, e mais tarde, surge a APREP - Associação Portuguesa de Relações Públicas, hoje totalmente inactiva, para substituir a SOPREP;

10 de Dezembro de 2001 - ocorreu a primeira reunião da Comissão Instaladora da ARPP - Associação de Relações Públicas de Portugal 18, em resultado da apresentação do "registro provisório" da Associação, requerido a 09 de

Novembro ao Registro Nacional de Pessoas Colectivas, do Ministério da Justiça e concedido a 29 do mesmo mês e ano, tendo como principal finalidade a representação dos profissionais e especialistas de Relações Públicas e sua creditação/credencialização e defesa dos seus interesses.

Será de sublinhar que esta Associação dependerá do dinamismo e da participação dos seus sócios, tendo todas as medidas uma maior ou menor repercussão social, lançando o desafio de adesão a todos os profissionais e interessados por esta actividade.

Actualmente, o volume de negócios, a necessidade de afirmação no mercado e a vertente concorrencial por parte das empresas, passaram realmente a justificar a existência desta nova profissão.

Tal situação surge com a multiplicidade dessas mesmas instituições com servidos e características similares, obrigando, de certo modo, a procura da melhor qualidade relativamente e nomeadamente no que diz respeito a outras áreas complementares como a Publicidade e o Marketing.

A título de exemplo, verifica-se uma incessante busca de serviços a empresas de assessoria, como a prestação de serviços a eventos e o protocolo, a elaboração de clipping, análises ornamentais e contabilísticas, etc.

Paralelamente a este cenário, "o próprio empresariado português, com algumas honrosas excepções, ainda não se modernizou em matéria de comunicação institucional, parecendo ter relutância em reconhecer a evidencia da imprescindibilidade de adquirir, para os seus quadros superiores, a mais valia dos especialistas que são os profissionais de Relações Públicas." 19

Com isto, deve-se procurar a integração profissional dos recém-licenciados, fortalecendo-os e promovendo-os, para que conquistem o reconhecimento e dignificado social.

No ano 2000, aquando do VII Encontro de Relações Públicas do Instituto Superior da Maia, foi subscrita, por mais de duzentos alunos, professores e profissionais que participaram no evento, uma petição, endereçada ao Sr. Primeiro-Ministro de então, Sr. Engenheiro Antonio Guterres, onde se reclamava o reconhecimento da profissão de Relações Públicas, que passamos a citar:

«A profissão de Relações Públicas, iniciada em Portugal cerca de 1960 e afirmada décadas antes em países mais desenvolvidos, encontra-se claramente em: enorme aceitação na União Europeia e, progressivamente, no nosso país, não só a nível de instituições oficiais como em numerosas organizações do sector privado. É, por isso, muito estranho - e até lamentável - que, ao contrario de Espanha, Reino Unido, França, etc., tal profissão ainda não tenha sido oficialmente reconhecida entre nós, o que se pretende e, agora, se solicita. É disso prova o facto de não constar como actividade no Código do I.R.S. 20, aprovado pelo Decreto-Lei 442-A, de 30 de Novembro, o que obriga a inscrição como contribuinte de actividade por conta própria, na rubrica "outras profissões". Esta situação, do ponto de vista fiscal, nem será grave, mas significa intenso para os profissionais do sector que, assim, se consideram lesados na sua dignidade.»

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

A 15 de Junho, o director de serviços do I.R.S. pedia para lhe ser remetida "documentação relativa ao Curso Superior de Relações Públicas, a fim de apreciar o pedido". Essa pretensão foi satisfeita logo a 26 de Junho, em resposta sob a epígrafe de: Pedido de aditamento da profissão de Relações Públicas a lista do Código do I.R.S..

Infelizmente em Portugal, os profissionais que executam e integram estes serviços não possuem o conhecimento exacto da função que exercem, nem tão pouco detêm a preparação cultural e formação superior ou profissional adequadas, a sua evolução é regida por um conjunto de acções que desenvolvem adquirindo a noção geral da actividade.

Contudo, o sentido pejorativo da designação de "martini-boy", a promoção de festas de high society ou dos tradicionais vendedores de livros, são já conceitos ultrapassados, através do desenvolvimento do mundo moderno e das condicionantes da sociedade contemporânea que se rege e norteia pela informação e comunicação, vectores essenciais para as Relações Públicas.

Henry L. James, antigo Presidente do Institute of Public Relations afirma, "...As Relações Públicas desempenham um papel vital na nossa democracia, preenchendo uma falha potencialmente perigosa..."²¹

As Relações Públicas e todas as suas técnicas podem ser consideradas como um advento circunstancial do Capitalismo, entre os séculos XIX e XX, aquando do aparecimento, interesse e investigação desta actividade, com a entrada de Ivy L. Lee em cena.

Assim, olhamos para a história de Ivy Ledbetter Lee tal como é apresentada por o professor da Universidade Complutense David Caldevilla:

“Ivy L. Lee fue un revolucionario que cambió El sistema hasta entonces establecido por los agentes de prensa; frente al secretismo que llevaba años practicándose, Lee decidió dar un giro radical. En 1906 Pennsylvania Rail Road contrató los servicios de Lee por un accidente producido por el descarrilamiento de un vagón, que acarreó víctimas entre los pasajeros. Acostumbrados a la política de silenciamiento, la compañía Pennsylvania Rail Road se vio sorprendida por una política de claridad: Lee dio todas las facilidades a la prensa para que pudiera obtener toda la información que desease (...) No se ocultaba nada ‘el público debe ser informado’. Ese mismo año fue contratado por la compañía Antracita, que había adquirido mala fama tras una huelga por parte de los mineros. Empleó la misma táctica y obtuvo los mismos buenos resultados”.²²

Os países prosperavam economicamente, a população aumentava, a industrialização imperava, a ciência e a tecnologia progrediam, surgindo a discussão de certos assuntos como consequência de toda uma mudança e consciência colectiva.

Geralmente, as Relações Públicas e a sua prática, por exemplo, na organização de eventos especiais, o protocolo, as relações com os media são definidos rigorosamente como um conjunto de instrumentos em vez de um corpo/conjunto de teorias.

Isto porque se pesquisa informação para detectar as envolventes, identificam-se objectivos e consequências, tais como, a comunicado, segurança, compreensão e complementaridade para os programas comunicacionais, avaliasse a efectividade dos mesmos reduzindo os problemas, estudam-se os públicos, etc.

As Relações Públicas caracterizam-se por serem uma técnica nova de integração social, inovando conceitos, comportamentos, estilos, atitudes, alterando o quadro restrito das relações individuais e enriquecendo as relações humanas

15- SOLANO FLETA, Luis: Fundamentos de las Relaciones Públicas. Ed. Síntesis. Madrid. 1995. Pág. 201.

16- Cap. 59º do Regimento das Casas das Índias e Mina apud Abílio da Fonseca. Comunicação Institucional - Contributo das Relações Públicas. Pág.131. (É de referir que o texto apresentado está escrito em Português antigo).

17- CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David: Las Relaciones Públicas y su fundamentación. Ed. Visión Net. Madrid.2005. Pág. 125.

18- Associação à qual o autor deste trabalho pertence desde o primeiro dia, inicialmente na Comissão Instaladora (10/12/2001), actualmente como Tesoureiro da Direcção. Esta iniciativa teve como mentor e empreendedor o Prof. Mestre Abílio da Fonseca. Presidente da Associação, professor, profissional, defensor e impulsor das Relações Públicas em Portugal.

A Associação conta já com uma verdadeira abrangência nacional, não tendo sido a projecção internacional negligenciada, pois imediatamente e uma primeira fase, o Prof. Doutor José Daniel Barquero Cabrero ofereceu protocolo com o INIR (International Institute of Public Relations Management and Business). Para consulta: www.ismai.pt/arpp onde está disponível toda a informação possível, desde os Estatutos, reuniões, fotografias, plano de actividades, actas de reuniões, sugestões, etc.

19- Em Jornal de Noticias do 9 de Fevereiro de 2002.

20- Imposto do Rendimento Singular.

21- Gregory, Anne: The Institute of Public Relations - PR in Practice Series. Pág. 39.

22- CALDEVILLA DOMINGUEZ, David: Manual de Relaciones Públicas. Ed. Visión Net. Madrid. 2007. Pág. 31 e 32.

5. O Protocolo como Instrumento das Relações Públicas

5.1 Algumas definições e considerações

"O Protocolo é a institucionalização da etiqueta e da cortesia.

Em qualquer acto social de certa relevância, política, eclesiástica, comercial, etc., torna-se necessário o cumprimento de certas formalidades, bem como, a manutenção de uma determinada ordem e observação de um conjunto de regras..."²³

Consultando o Dicionário de Língua Portuguesa ²⁴, verificamos que a palavra Protocolo significa "Formulário. Acta de conferências celebradas entre ministros plenipotenciários de diferentes nações, ou entre membros de um congresso Internacional. Registro em que o escrivão do júízo relata o que se passou na audiência. Regulamento que se observa em alguns actos públicos."

Embora esta definição não nos revele inteiramente a noção de Protocolo como instrumento de Relações Públicas, nela estão subjacentes algumas palavras que

indicam o seu grau de importância, institucionalidade e até uma certa rigidez e normatividade.

Na Idade Média os actos públicos eram registrados em acta, a isto se chamava protocolo; pensa-se, que o primeiro manual de protocolo terá sido redigido por um imperador romano.

Actualmente a palavra Protocolo está associada a um conjunto de regras que orientam cerimónias oficiais e particulares.

No entanto, Protocolo pode servir para significar varias coisas, como vimos desde o simples registro de um acto público, passando pelo livro de entrada e saída de documentos ou correspondência até ao cerimonial diplomático.

No Dicionário de Língua Espanhola, define-se "Protocolo es la ordenación sistemática de una serie de escrituras y otros documentos autorizados por un notario bajo ciertas formalidades. Por extensión, regla Ceremonial diplomática o paladina establecida por decreto o costumbre." 25

Segundo autor desconhecido, "Es el arte de ordenar" 26

Francisco López-Nieto y Truyols, diz "El Estado regula la celebración de los actos en los que intervienen personas a las que afectan distinciones sociales y que por la propia mecánica de aplicación de las leyes son acreedores de unos honores determinados. Las reglas a las que se atiene la organización de estos actos constituye lo que se denomina Protocolo."27

Podemos que as Relações Públicas e o Protocolo são conceitos distintos, embora se complementem inteiramente.

O Protocolo é um conjunto de regras, baseando-se em normas, usos, costumes e valores vigentes nas atitudes e comportamentos sociais.

Baseia-se num conjunto de ordenamentos e precedências que a nível oficial regem actos ou actuações e que a nível privado e social se define como cortesia e etiqueta.²⁸

Quando as pessoas satisfazem as suas necessidades primárias e essenciais à existência humana, começam a preocupar com outros estádios de satisfação, preocupando-se, por vezes, com o supérfluo, que se manifesta em termos de auto-realização e reconhecimento, como por exemplo, a arte, a etiqueta, a moda, o lazer, assim surge o protocolo como refinamento cultural.

Passamos a referir, um exemplo em Espanha, no que respeita aos ordenamentos e precedências e actos oficiais:

"...Estas reglamentaciones se crearon por la necesidad de ordenar las Instituciones y las personas de acuerdo con los criterios de representatividad, elección y presencia en la vida pública.

El Real Decreto 2.099/83, del 4 de agosto, surgió fruto de la necesidad de ordenar el nuevo estatus, ya que las fórmulas protocolarias tradicionales habían quedado obsoletas como consecuencia de la aparición de las Autonomías, la pérdida de representatividad de la jerarquía militar y la aparición de las nuevas administraciones (justicia, etc.)..."²⁹

Uma das coisas mais intrigantes no ser humano é o seu carácter social e a necessidade que sempre demonstrou de inventar regras de conduta para que a sua relação com os outros seja harmoniosa. Daí que, tenham nascido as regras e leis que alguns intelectuais pensaram e escreveram.

É por isso que existem códigos penais, comerciais e fiscais e é pela mesma razão que existem regras de etiqueta e protocolo.

No Protocolo deve-se tentar evidenciar sempre uma imagem de vitória, ou seja, que se está a prestar um servido de extrema importância, porque acima de tudo, poucas são as pessoas que esquecem a cortesia que lhes foi demonstrada em certos momentos, embora, por vezes, se apresente esquecida em momentos mais vulneráveis.

Todas as pessoas merecem uma consideração especial, mas isso não significa que seja obrigatório um comportamento subserviente ou um acolhimento com estrondosas risadas, mas sim a existência de um meio termo.

Como nos diz Ronnie Jacobson, Director-Geral de Assuntos Públicos e Marketing da Câmara de Comercio de Londres:

"A cortesia é o lubrificante da vida. No mundo empresarial, saber como garantir o sucesso mima base pessoal é a área mais importante da ciência do negócio."³⁰

O Protocolo assenta na prática de uma boa etiqueta não só em termos pessoais, mas também de imagem, na medida em que encarece as relações pessoais e profissionais entre os participantes, apoia o grupo a accionar com eficiência e espírito de confiança as situações.

Letitia Baldrige, autora de vários livros sobre comunicação, é da opinião que:

"Os erros no protocolo podem provocar o riso. Mas, para quem os comete são um caso sério de vergonha e humilhação.

No entanto, existe sempre uma forma de os ultrapassar. A mais eficaz é pedir desculpa e esperar que o assunto caia no esquecimento."³¹

Daí a necessidade de todos os elementos do grupo protocolar terem atenção as "gaffes", o que não indica falta de respeito ou descortesia; aliás, as falhas são uma forma de progressão da acção e de melhorar o contributo que prestam as instituições, embora tal desatenção possa rotular o elemento ou mesmo o grupo de falta de boas maneiras e de educação social e de desrespeito para com os participantes.

Se podemos aprender bastante da observância de regras e códigos aceites, a verdade é que a verdadeira etiqueta consiste no respeito por nós próprios e pelos outros.

Lidar com as pessoas como acontece nos actos protocolares exige um tacto especial, e também, uma adaptação permanente, não só relativamente as flutuações de cada personalidade, mas à variedade de personalidade com as quais a relação se estabelece; uma das medidas mais eficazes é demonstrar considerado pelos outros e o respectivo respeito, de forma claramente visível.

Não é preciso conviver com a realeza ou ser um membro da alta sociedade para conhecer as regras elementares de cortesia e boa educação.

Escreveu Michael Bland: "...É algo que pode aprender por si próprio..."³²

O protocolo, na preparação de um evento, inicia-se sobre as mais diversas formas de comunicar desde as electronicamente assistidas até à sua concretização nos contactos pessoais.

Tem como missões próprias fixar o significado dos símbolos (ênfatar o simbolismo de cada acção) e registrar os sinais estáticos e dinâmicos, isto é, como causar a melhor impressão possível através do comportamento, da postura e das indumentárias sociais (vestuário) e a ordem de prioridade tanto no que refere aos lugares a ocupar, como no relativo à ordem das intervenções dos participantes, por forma a conservar uma imagem e conseqüentemente conquistar um lugar.

O âmbito do comportamento não-verbal cobre grande parte do protocolo devido a uma variedade de elementos, onde podemos distinguir: o aspecto exterior, o modo de trajar, o aspecto físico, os acessórios, etc., os quais fazem identificar uma imagem empresarial.

"As Relações Públicas são ou significam, em síntese, a institucionalização do diálogo e da compreensão social."³³

A partir do momento em que se principia uma actividade protocolar, verifica-se que as pessoas mudam a sua natureza, trocando as suas personalidades privadas e familiares pelo que consideram ser as atitudes e posturas adequadas ao seu melhor desempenho.

Os intervenientes protocolares são os encenadores da actividade, contribuindo para a realização da mesma e para o bem-estar pessoal, psicológico e social dos participantes.

Por outro lado, é imprescindível que todos os membros do grupo se sintam integrados e participem de igual forma na missão a desempenhar para alcançar os objectivos propostos.

Resumindo, «o Protocolo ocupa-se das "formas" e as Relações Públicas do "conteúdo". Dado que é mais importante o "conteúdo" do que a "forma", o Protocolo encontra-se subordinado as Relações Públicas.»³⁴

Será o conteúdo mais importante que a forma?

Certamente que sim. As Relações Públicas são os responsáveis pelo planeamento, programação, calendarização, orçamentação, implementação e comunicação da actividade protocolar, enfim, pela estratégia que caracteriza realmente a natureza situacional.

Neste conjunto, as Relações Públicas ocupam-se do conteúdo, enquanto que o Protocolo origina a praticabilidade dessa mesma situação, acciona os mecanismos, quer humano, quer temporais e logísticos, os quais moldam e formam o conteúdo antecipadamente preparado e estabelecido.

As Relações Públicas e o Protocolo estabelecem directrizes e lançam pontes entre as pessoas, situações, projectos e planificações.

23- Lozano, Fernando: Manual de Relações Públicas. Pág. 173.

24 Lelio Popular. Novo Dicionário Ilustrado da Língua Portuguesa. Pág. 1105.

25- Coordinado por Barquero Cabrero, José Daniel. Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales. Pág. 479.

26- ÍDEM. Op. Cit..

27- IDEM. Op. Cit.

28- A etiqueta nasceu em França, na corte de Luís XVI, devido ao comportamento que se deveria assumir nas cerimónias reais.

29- Coordinado por Barquero Cabrero, José Daniel. Op. Cit. Pág. 480.

30- Brennan, Lyne e Block, David: Segredos da Etiqueta Empresarial. Pág. 36

31- Documentação de um Seminário sobre Protocolo Empresarial.

32- Bland, Michael: Novo Manual de Relações Públicas. Pág. 11.

33- Lozano, Fernando. Op. Cit. Pág. 173.

34- Lozano, Fernando. Op. Cit. Pág. 173.

6. O Líder Protocolar

Fernando Lozano escreveu:

"...A maior responsabilidade que um Profissional de Relações Públicas tem de aceitar e a mais difícil é, sem dúvida, a de dirigir outros seres humanos, sejam quais forem as acedes a desenvolver..."³⁵

Isso reflecte-se indubitavelmente nas acções de Protocolo, na medida em que, consistem no estudo e planeamento onde se devem alcançar os objectivos programados, e também na supervisão prática da acção em causa, no qual o grupo deve sentir-se humanamente realizado.

E mais adiante, o mesmo autor refere,

"...Ser um bom profissional e um bom dirigente, simultaneamente, ó um privilegio de uma minoria; por isso, os dirigentes políticos e empresariais e especialmente os Relações Públicas devem sentir a responsabilidade de preparar-se para dirigir os grupos humanos na sita inda profissional ou social..."³⁶

É essencial darem-se conta dos problemas e do conhecimento em profundidade das situações, pois são esses factores que podem determinar uma boa gestão e posição, a imaginação, iniciativa e vontade nas suas acções.

Na liderança protocolar, deve-se contrariar o individualismo, nem se deve promover o parasitismo mais ou menos disfarçado.

Existe uma constante delegação nem que seja inconsciente, mesmo porque, quem não sabe delegar, não sabe dirigir.

Ora, dirigir, é antes de tudo, planejar - mostrar o caminho, não guiar passo a passo, mobilizar os recursos existentes, particularmente os humanos, visto que todos os elementos precisam de liberdade e emancipação em relação aos actos.

Deste modo, compete ao Líder clarificar a sequência de acções necessárias à realização dos objectivos.

Estes objectivos devem ser geridos por etapas:

- a) Determinar objectivos (metas) a todos os níveis;
- b) Planejar os meios: materiais e humanos;
- c) Organizar;
- d) Coordenar;
- e) Controlar os desvios aos objectivos propostos;
- f) Rectificar as causas para não reincidir nos erros.

O planeamento enquadra-se globalmente na estratégia escolhida.

Existe, portanto, a necessidade de estabelecer e delinear um planeamento estratégico em relação ao grupo protocolar, evitando conflitos, na procura de um clima harmonioso e integração grupal.

A Teoria da Contingência de Vroom insiste que a boa liderança será daquele que, em cada situação, utilize o comportamento e estratégias adequadas à situação.

Nesta perspectiva, terá uma opção comportamental e de desempenho determinada pelas circunstâncias, podendo fazer apelo a atitudes variáveis, desde a chefia forte e manipulação até à consulta, participação e delegação de poderes ajustados a essas mesmas situações.

Esta linha de pensamento insiste que o líder deverá investir no modelo comportamental de modo a desenvolver atitudes múltiplas, desde a autocracia até à participação genuinamente democrática. O que realmente é valorizado são as regras para conseguir a qualidade das decisões e promover nos outros a aceitação das decisões tomadas ponderadamente.

Outra teoria que se aplica perfeitamente aos moldes e características do Líder protocolar é a Liderança Situacional de Blanchard.

Segundo esta teoria, o líder deve estar simultaneamente atento à tarefa e à orientação dos restantes elementos do grupo, para controlar o processo, mesmo quando mostre maior competência para o desempenho da mesma.

O importante é que consigam resultados satisfatórios para todos os intervenientes/ os quais se devem sentir integrados e compensados.

Podemos, desta forma, afirmar que a modalidade de liderança adequada ao melhor estilo de gestão protocolar é o modelo democrático, que habitualmente é o que demonstra maior nível e qualidade de trabalho, pois o grupo funciona mesmo na ausência do líder.

Todos têm intervenção no diálogo, na decisão e acção, sob a orientação estimulante do líder que usa a flexibilidade ajustada às situações emergentes. O líder deve

desempenhar com competência, exercer influencia, estimulando a criatividade e dinâmica de grupo, bem como a sua adaptabilidade.

As funções de coordenação, comunicação, motivação e criatividade sensatas, têm subjacentes a maturidade intelectual, afectiva, social e ética em permanente processo de desenvolvimento e afinamento.

35- Lozano, Fernando. Op. Cit. Pág. 233.

36- Lozano, Fernando. Op. Cit. Pág. 233.

6.1 Perfil do Líder Protocolar

Globalmente é alguém que todos reconhecem, já que:

é óptimo comunicador;

é imaginativo, prático, de pronta resposta e competente;

detém formação superior e generalista, capaz de assimilar rapidamente todo o género de informação;

é observador, atento, cortês e possui poder de síntese;

conhece os meios e fins correctos em vista dos objectivos a atingir;

sabe planificar, organizar e coordenar;

descobre as metodologias e gestão temporal adaptadas às pessoas, às circunstancias e aos imprevistos que poderão ocorrer;

sabe fazer, ensinar e inclusive aprender;

sabe controlar e motivar para que a execução esteja de acordo com o que fora definido, tendo em conta o tempo disponível;

tem ideias claras sobre a filosofia e metodologia das acções;

sabe estimar todos, desencadeando processos de desenvolvimento e empenho, delegando as tarefas aconselháveis;

sabe suscitar a criatividade e promover uma autonomia responsável, dentro do programa que orienta para os objectivos a atingir.

6.2 Tomada de riscos

A tomada de riscos pode ser produtiva, se se ponderar adequadamente, pensar com cuidado e planificar na totalidade.

A equipa protocolar como um grupo enfrenta constantemente riscos, visto a sua actuação assentar na gestão momentânea do tempo, ou seja, daquilo que se deve ou possa fazer a determinada altura referente a uma certa situação por mais irrelevante que seja, por exemplo, uma exigência inesperada de um orador ou participante num congresso ou mesmo numa situação mais casual e informal.

A descodificação, a identificação dos problemas e respectivas soluções, geralmente assentam na autonomia dos intervenientes do processo, pois o imprevisto situacional poderá ocorrer a qualquer instante, devendo-se agir de uma forma rápida e pertinente, encontrando as melhores alternativas ajustadas às circunstâncias.

Daí que, um espírito aberto, a ânsia de responder eficientemente corresponde inteiramente aos riscos e desafios e consequentes decisões que se tomam.

6.3 Dirigir o grupo com profissionalismo

Os líderes são fortes elementos de coesão e valorização do grupo, por serem os mais observantes, reconhecerem desafios e provações, saberem que é possível reduzir conflitos e levantar o moral se for criado e estabelecido um bom ambiente onde exista abertura à crítica e ao encorajamento.

Quando se nota a presença de rivalidades ou aversões pessoais, devem preocupar-se em descobrir as razões, pois talvez a causa se radique em problemas de trabalho.

O líder facilita informações específicas e supervisiona, de perto, o desempenho das tarefas.

Além de dirigir e supervisionar atentamente a execução das tarefas, também explica pertinentemente o plano de acção, pede sugestões e apoio. Tem de haver a noção de desenvolver uma relação facilitadora no congregar de esforços numa missão comum.

Pelo feedback pode ajustar acções futuras baseando-se em acções passadas.

Deste modo, o líder como coordenador, deverá no fim de cada convenção, reunir-se com todos os participantes envolvidos e fazer uma reunião de avaliação, geralmente usas em Relações Públicas, com vista controlar e avaliar as etapas da acção, e, se necessário, rectificá-las para o futuro.

A delegação de poderes pode ser confiada a determinados elementos imbuindo-os da responsabilidade das decisões e soluções dos problemas que possam surgir.

Esta delegação e divisão de responsabilidades permitem uma distribuição de papéis, sendo favorável à actividade e à instituição. Quanto maior for a maturidade, a responsabilidade e a consciência, mais facilmente se pode obter o sucesso conjunto.

O profissionalismo implica necessariamente uma performance bem estruturada e trabalhada por parte de todos os intervenientes, donde se evidencie um bom desempenho, competência e bom senso na qualidade de serviços prestados.

7. Protocolo Diplomático, Empresarial e Social

Todos os diversos tipos de Protocolo são institucionais, visto estarem ligados a instituições podendo ser estas de carácter público ou privado.

Daí que se possa dividir o Protocolo em três áreas: o Diplomático, o Empresarial e o Social - embora as suas estruturas e áreas de actuação sejam semelhantes, evidenciam-se certas diferenças em relação à sua rigidez, normatividade e regulamentação.

O Protocolo Diplomático, é sem dúvida, aquele que actua em direcção a personalidades, individualidades e instituições com um grau de importância geralmente maior, com grande relevância a nível de responsabilidade e de representação, podendo ser esta oficial, nacional, empresarial, etc.

É por isto que assenta na solidez dos códigos de comportamento social e regras protocolares, e quando falamos em regras protocolares queremos significar as técnicas e instrumentos de preparação e execução em cerimónias privadas, públicas ou oficiais.

A diplomacia abrange inúmeras situações, como se referiu no parágrafo anterior, oficiais e privadas, na maior parte dos casos assente num modelo predefinido adaptado às diferentes actuações, como por exemplo, a inauguração de uma obra

pública, a precedência nos carros, as recepções oficiais, a organização de banquetes, o serviço de mesa, as audiências solenes, entre outras.

O Protocolo Diplomático é um grande cerimonial referente a situações solenes, com a presença de individualidades de um estrato social ou cargo profissional importante e relevante para a sociedade, como chefes de Estado, embaixadores, adidos culturais, que se fazem reger e orientar por ritos pré-estabelecidos, como a forma de cumprimentar, de sentar à mesa e a sua ordem de precedência, a postura, a oratória, etc.

Como diz Branco Villalta,

"...o protocolo não cria hierarquias, limita-se a reconhecê-las, também não inventa normas, nem as concede, nem fomenta boatos, limita-se a estabelecer uma ordem que facilita as relações.

Não complica, simplifica. Não cria problemas, só os evita..."³⁷

A normatividade diplomática permite uma correcta relação entre as pessoas que participam nessas cerimónias, através de encontros e convenções experienciadas que facilitam a comunicação interpessoal, respeitando inevitáveis hierarquias, posições sociais e tradições culturais.

Proba disso são as palavras do professor Solano Santos, da Universidade Complutense, quem diz:

"Uno de los aspectos que más nos han llamado la atención en la evolución del fenómeno social de la información es el incremento exponencial de las demandas

sociales en este ámbito y que se corresponde con el incremento de las conquistas técnicas”³⁸

Disso é exemplo, o Protocolo de Estado, que tem raízes profundas nas instituições e sociedades, que organizam e disciplinam regras de convivência nacionais e naturalmente entre outros estados, regendo-se por normas rígidas, quase intemporais, como as visitas de Estado, casamentos reais e reuniões inter-estaduais.

A nível de Estado, o responsável pelo Serviços de Protocolo, é um funcionário do quadro de pessoal do serviço diplomático do Ministério dos Negócios Estrangeiros com a categoria de Embaixador ou de ministro Plenipotenciário de Ia classe. ³⁹

As funções do Chefe de Protocolo dividem-se entre a Presidência da República ⁴⁰ e o Ministério dos Negócios Estrangeiros, onde estão instalados os respectivos serviços.

Aos servidos do Protocolo compete:

Definir as regras que devem presidir no cerimonial, etiqueta e pragmática de acordo com a prática internacional e as tradições do Estado Português nesta matéria;

Vigiar a observância e promover a execução das normas e preceitos referentes as dispensas e privilégios que consubstanciam o estatuto diplomático;

Ocupar-se das mercês cuja concessão está ligada à vida internacional e as relações diplomáticas, tratar dos passaportes concedidos em regime de prerrogativa e cuidar das deslocações oficiais no âmbito das relações diplomáticas entre Estados soberanos ou entre estes e as organizações internacionais.

Em suma, podemos afirmar que o Protocolo Diplomático segue regras que vêm de outros tempos, embora adaptadas ao tempo presente.

O Protocolo Empresarial e Social não se designam como matérias próprias e exclusivas, pois advém do Protocolo Diplomático, da existência de normas referenciais do protocolo estadual.

Dele derivam; a base é necessariamente a mesma, ou seja, um conjunto de regras, revestidas de bom senso e de bom gosto, só que possui regras mais flexíveis e menos formais.

"...O protocolo empresarial pode definir-se como o conjunto de actos de boa educação e respeito que facilitam o relacionamento interpessoal dentro e fora das empresas ou, se preferir, como o conjunto de formalidades que se devem observar no relacionamento (interno ou externo) das empresas..."⁴¹

O Protocolo Empresarial é um código que rege a maioria das situações da vida de uma empresa, desde as apresentações, programas sociais e laborais, etc., e um conjunto de normas de decoro, etiqueta e cortesia que orienta a indumentária, o atendimento e o comportamento profissional dos funcionários. Um bom protocolo empresarial e social transmite sinais, revela mensagens e demonstra para fora que a empresa, além de sólida está estruturada. Gera confiança e um clima propício ao entendimento mútuo e a negociação.

Como nos diz Tayllerand:

"Só os tontos fazem pouco do Protocolo: simplifica a vida."⁴²

Simplifica a vida, porque é indispensável um bom relacionamento entre os vários públicos afectos à empresa, desde a administração, passando pela comunicação social até aos clientes e consumidores.

É verdade que os executivos, directores, administradores beneficiam da actividade de Protocolo, quer na divulgação da imagem empresarial, quer na organização de eventos da empresa.

O Protocolo Empresarial e Social não se destina apenas a indicar como se deve vestir, saber conversar, receber visitantes e clientes, mas principalmente a comunicar correctamente como os públicos, sejam estes clientes, funcionários ou directores, e a adequar os variados instrumentos de que a empresa dispõe para implementar e melhorar essa comunicação.

Como consequência do aumento de intercâmbios empresariais, a abertura de mercados, a globalização, a actividade protocolar melhorou na sua importância e no aumento qualitativo e quantitativo dos seus serviços.

A acção de assessoria de Relações Públicas envolve toda a empresa, no sentido de oferecer apoio à administração.

É necessário estabelecer regras e princípios comuns que devem reger o comportamento humano dentro e fora da empresa com o intuito de facilitar a cooperação e a convivência entre pessoas de meios diversos e culturas diferentes.

O Protocolo e a sociabilidade geradas não actuam somente dentro das empresas, mas também, e nomeadamente em encontros, conversas, reuniões, almoços e jantares de negócios.

Anualmente a assessoria de Relações Públicas elabora programas e calendários de eventos que serão desenvolvidos durante todo o ano, tendo em conta avaliações do ano anterior.

Esta assessoria tem como uma das principais funções a divulgação dos aspectos relevantes da vida empresarial, com destaque para os reflexos de carácter económico-social, em âmbito internacional, nacional, estadual e municipal, patrocinando eventos especiais de carácter institucional, planeados e executados pelo respectivo departamento.

Pode-se dizer que o Protocolo Empresarial nem sempre é cerimonioso, mas não pode de maneira alguma ser esquecido, quanto mais não seja uma palavra ou um cumprimento amável no começo do dia, revela não só boa educação como representa a melhor receita de protocolo interno da empresa.

37- Villalta, Branco apud Amaral, Isabel. Imagem e Sucesso. Pág. 21.

38- SOLANO SANTOS, Luis Felipe: La imagen corporativa como efecto de La asunción de la Responsabilidad Social. Editorial del Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas. Madrid. 2008. Pág. 47.

39- Decreto-lei nº 44-C/86 de 7 de Março - art. 6 nº 2. Situação portuguesa, se bem que em quase todos os países esta função é exercida por um funcionário com a categoria de Embaixador.

40- Os serviços de Protocolo da Presidência da República são superiormente dirigidos pelo Chefe de Protocolo do Ministério dos Negócios Estrangeiros, que desempenha as funções de director do Protocolo e introdutor diplomático.

41- Amaral, Isabel. Op. Cit. Pág. 21.

42- Amaral, Isabel. Op. Cit. Pág. 21.

8. Áreas de actuação do Protocolo

8.1 Congressos e Seminários

São acontecimentos que congregara muitos participantes e possuem objectivos próprios que podem ser de cariz humanitário, econômico, social, científico, etc., onde se assistem a verdadeiros intercâmbios de informação.

A diferença existente entre os Congressos e os Seminários reside na objectividade dos mesmos, isto é, enquanto no primeiro o assunto/tema em causa apresenta-se de uma forma generalista, no segundo já se encontra mais restrito.

Têm funções pedagógicas, de investigação, esclarecimento, podendo ser feitas experiências in loco, votação de propostas, debates, sendo geralmente utilizados numerosos materiais complementares e auxiliares as exposições, disso são exemplo, os congressos médicos ou partidários, seminários sobre tecnologias de informação, entre outros.

8.2 Convenções e Encontros

A convenção apareceu essencialmente com um carácter político, mas actualmente, já são eventos bastante usados pelas organizações e capazes de solucionar problemas ou coordenar atitudes.

Pode ser designada como um encontro tendo por objectivo a discussão de propostas, argumentações, esclarecimentos, interpretações, adaptações, motivações, aprovação de sistemas organizacionais e comunicacionais.

Por sua vez, o encontro constitui-se em reuniões de pessoas, mas menos divergentes a nível pessoal, isto é, encontram-se, nomeadamente com a finalidade de trocar ideias, debater assuntos comuns e sobretudo socializarem-se.

8.3 Feiras, Mostras e Exposições

Actualmente nas Feiras, Mostras e Exposições o produto mais exposto é a informação, a qual poderá ser pedagógica (para explicar e ensinar alguma coisa), ou meramente demonstrativa.

A combinação de soluções arquitectónicas, elementos cenográficos e demonstrares tecnológicas, constitui o complexo veículo de comunicação entre os expositores e o grande público.

Além disso, apresentam as mensagens da vanguarda como sinal do que as empresas elaboram, as suas políticas, baseando-se numa perspectiva económica e social.

São utilizados stands (espaço físico pelo qual é transmitida a informação, dessa forma, devem ter em conta, a localização, os custos, o pessoal, a comodidade, a visibilidade, a decoração, sistemas de comunicação, etc.), com o intuito de dar a conhecer, manter ou criar uma imagem, de forma a conseguir o posicionamento ideal da instituição e mesmo abrir novos mercados, na medida em que, congregam muitas pessoas e vários gêneros de públicos.

Estes tipos de eventos oferecem excelentes oportunidades para as Relações Públicas, mas também são uma ocasião para as estudar e implementar.

A principal finalidade é obter a atenção e o interesse dos públicos.

A título de exemplo, referimos certos eventos internacionais como Exposições Internacionais como a Expo'92 em Sevilha e a Expo'98 em Lisboa, Feiras do Livro, de carácter cultural, intelectual, pedagógico e social, etc.

Lembremo-nos das palavras do professor Solano Santos da Universidade Complutense, quem estudou o conceito da imagem empresarial muito detalhadamente como referente das intenções das empresas nas suas manifestações nos actos públicos:

“Conceptualmente, la palabra imagen ha experimentado una evolución que le ha permitido pasar de designar entidades materiales a denotar entes abstractos; ya no se trata de ‘representar’ cosas, sino de construir o elaborar conceptos, abstracciones que apenas tienen nada que ver con el mundo de lo real”⁴³

43- SOLANO SANTOS, Luis Felipe: Patrocinio y mecenazgo: Instrumentos de responsabilidad social corporativa. Ed. Fragua. Madrid. 2008. Pág. 94.

8.4 Conferencias

As Conferencias são reuniões de pessoas com o intuito de conferir conhecimentos e interesses comuns transmitidas por uma comunicação.

A sua duração é limitada, e geralmente não muito longa, podem chegar a durar uma hora cada, apresentada por um orador, o qual poderá utilizar como meios auxiliares e ilustrativos, por vezes com debate pergunta-resposta.

A conferencia pode assumir diversas formas, consoante o assunto ou objectivo, disso é exemplo, a vídeo-conferência, isto é, uma reunião de um conjunto de pessoas em diferentes locais que discutem um certo tema perante um circuito de televisão/multimédia; a conferencia de imprensa, que consiste na divulgação, esclarecimento ou informação de determinada noticia aos meios de comunicação social, sendo na maior parte dos casos de interesse comum e geral.

9. Conclusão

Esta investigação compreende uma reflexão sobre a importância das Relações Públicas e do Protocolo, enquanto novas áreas de estudo e de técnicas de aplicação prática na sociedade contemporânea.

Muitas dúvidas e interrogações podem ser levantadas em relação ao futuro desta disciplina que dia após dia progride e recolhe mais adeptos.

Desde o princípio da história das Relações Públicas esteve nas mentes dos 'publirrelacionistas' (termo acunhado na Espanha) criar uma definição que ficara fixa no universo dos conteúdos dos seus trabalhos profissionais. Assim as palavras do Doutor David Caldevilla:

“Para conocer el origen y evolución de las Relaciones Públicas debemos mantener siempre una visión global, ya que en esta rama del saber no se puede analizar separadamente y sin conexión alguna con otros aspectos de la vida del hombre, tales como la historia, la política, el entorno social... quienes aportarán infinidad de claves no sólo para el análisis de las Relaciones Públicas como saber, sino también para el desarrollo específico de esta teoría”⁴⁴

Estará o desenvolvimento e a correcta conceptualização das Relações Públicas próximo?.

Efectivamente, a partir de meados deste século o seu incremento e desenvolvimento teve um lugar de destaque no mundo empresarial que se vem acentuando até alcançar um estatuto próprio e único.

É um facto que as Relações Públicas e o Protocolo são técnicas e actividades que se complementam inteiramente, uma vez que em conjunto se ocupam dos conteúdos e das formas com vista ao progresso organizacional, como podemos ver através da importância dos serviços que prestam quer a nível social, quer a nível institucional.

A actuação dos profissionais desta área é regida por diversos conceitos e valores que regulam a sociedade, por isso ele tem a responsabilidade de manter a sintonia de interesses de todos aqueles que o rodeiam, facilitando o processo comunicacional no

qual exista uma veracidade das informações transmitidas; daí que, o relacionamento interpessoal seja muito relevante e significativo neste campo.

As Relações Públicas por serem interdisciplinares, são ao mesmo tempo uma actividade de administração e de outros públicos (relacionadores de públicos), tendo como uma das premissas fundamentais zelar pela imagem da instituição, consideradas por muitos autores exclusivamente uma actividade que visa manter ou melhorar essa imagem, sendo os seus profissionais guardiões de imagem, por excelência.

Assim, o exercício das Relações Públicas e a aplicação das suas técnicas ou instrumentos como o Protocolo, seja no sector público ou privado, de uma forma interna ou externa, torna-se cada vez mais necessário e imprescindível, porque a estrutura organizacional, como parte dos sistemas sociais, é bastante complexa, dependendo das forcas de integração que as suas políticas possam possibilitar.

Pelo facto de vivermos numa sociedade constantemente em mudança, confiamos no futuro desta ciência comunicacional, esperando que o seu reconhecimento e o sucesso efectivos estejam próximos.

44-CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David: Relaciones Públicas y cultura. Ed. Visión Net. Madrid. 2007. Pág. 50.

10. Bibliografía

AREAL, Manuel Fernández: El Processo Comunicativo. Diputación Provincial de Pontevedra - Sección de Cultura. 1999.

AMAR AL, Isabel: Imagem e Sucesso - Guia de Protocolo para Empresas. Verbo. Lisboa. 1996.

Barquero CABRERO, José Daniel (Coordenador). Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales. 2a edição. Barcelona. Ediciones Gestión 2000. 1999.

BERLO, David K.: O Processo de Comunicação: Introdução a Teoria e a Prática. Martins Fontes. São Paulo. 1999.

BITTÍ, Pió e ZANI, Bruna: A Comunicação como Processo Social. Temas de Sociologia, nº 5, Editorial Estampa, 2a edição. Lisboa. 1997.

BLACK, Sam: ABC de las Relaciones Públicas. Colección Universitaria ESERP. Gestión 2000. Barcelona. 1999.

BLAND, Michael: Novo Manual de Relações Públicas. Biblioteca de Gestão Moderna, Editorial Presenta. Lisboa. 1989.

BRENNAN, Lyne e BLOCK, David: Segredos da Etiqueta Empresarial. Coleção Gestão e inovação", Serie "Gerir Hoje", nº 3. Publicações Dom Quixote. Lisboa. 1995.

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David: Las Relaciones Públicas y su fundamentación. Vision Net. Madrid. 2005.

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David: Manual de Relaciones Públicas. Vision Net. Madrid. 2007.

CALDEVILLA DOMINGUEZ, David: Relaciones Públicas y cultura. Vision Net. Madrid. 2007.

CHAVES, Norberto: La Imagen Corporativa: Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. 3a edição. México. Ediciones G. Gili, S. A.. 1994.

COSTA, Joan: Comunicación Corporativa y Revolución de los Servicios. Colección Comunicación, ediciones de las Ciencias Sociales, S. A.. Madrid.1995.

DA FONSECA, Abílio: Comunicação Institucional. O Contributo das Relações Públicas. Serie Manuais, edições PUBLISMAI. Maia. 1998.

ECO, Humberto. Como se faz uma Tese em Ciências Humanas. Editorial Presenga, 5a edição. Lisboa. 1991.

GREGORY, Anne: The Institute of Public Relations - PR in Practice Series. Copyright Licensing Agency (CLA). London. 1996.

HUNT, Todd e GRUNIG, E. James: Public Relations Techniques. Ed. Harcourt Brace. New Jersey, E.U.A.. 1994.

LAMPREIA, Joaquim Martins: Técnicas de Comunicação- Publicidade, Propaganda e Relações Públicas. nº 140, Coleção Saber, Publicações Europa-América, 6a edição. Lisboa. 1991.

LAMPREIA, Joaquim Martins: Comunicação Empresarial. Texto Editora. Lisboa. 1992.

LELLO POPULAR. Novo Dicionário Ilustrado da Língua Portuguesa. Lello & Irmão Editores. Porto. 1964.

LOZANO, Fernando: Manual Prático de Relações Públicas. Coleção Vida e Cultura, Edições Livros do Brasil. Lisboa. 2001.

OLASKY, Marvin: Corporate Public Relations - A Nexo Historical Perspective. LEA - Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Hillsday. New Jersey. E.U.A..1987.

PENTEADO, José R. Whitaker: Relações Públicas nas Empresas Modernas. 5ª edição, Livraria Pioneira Editora. São Paulo. 1993.

SOLANO FLETA, Luis: Fundamentos de las Relaciones Públicas. Ed. Síntesis. Madrid. 1995.

SOLANO SANTOS, Luis Felipe: La imagen corporativa como efecto de La asunción de la responsabilidad social. Editorial del Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas. Madrid. 2008.

SOLANO SANTOS, Luis Felipe: Patrocinio y mecenazgo: instrumentos de responsabilidad social corporativa. Ed. Fragua. Madrid. 2008.

TEIXEIRA, Marília: Protocolo Empresarial. Edição-Associação Industrial Portuguesa - COPRAI - Departamento de Formação.