

RESOLUÇÃO NORMATIVA N.º 43/02, de 24 de agosto de 2002
Define as funções e atividades privativas dos profissionais de Relações
Públicas

O Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas - Conferp no uso das atribuições que lhe confere o art. 9.º, alínea "r" do Decreto 68.582, de 04.05.71, e considerando as disposições constantes nas alíneas "b", "c", "e", e "g" do art. 2.º do Decreto-Lei 860, de 11 de setembro de 1969, combinadas com as constantes no art. 3.º e nas alíneas "a", "b", "d", e "e" do art. 9º do Decreto 68.582, de 04 de maio de 1971; considerando a necessidade de se prestarem esclarecimentos sobre dúvidas e questões surgidas nos Conselhos Regionais quanto à aplicação de normas legais pertinentes à profissão, conforme dispõe a alínea "d" do Decreto 68.582,

RESOLVE

Art. 1.º - Esta Resolução contém a definição das funções privativas e as atividades específicas do profissional de Relações Públicas, nos termos da Lei 5.377 e de seu Regulamento.

§ 1º - Todas as ações de uma organização de qualquer natureza no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com seus públicos são consideradas de Relações Públicas e, portanto, não se subordinam a nenhuma outra área ou segmento.

§ 2º - Relações Públicas são definidas como uma filosofia administrativa organizacional, com funções administrativas de direção e de comunicação, independentemente de nomenclaturas de cargos e funções que venham a ser adotadas.

§ 3º - Relações Públicas caracterizam-se pela aplicação de conceitos e técnicas de:

- I) comunicação estratégica, com o objetivo de atingir de forma planejada os objetivos globais e os macro-objetivos para a organização;
- II) comunicação dirigida, com o objetivo de utilizar instrumentos para atingir públicos segmentados por interesses comuns;
- III) comunicação integrada, com o objetivo de garantir a unidade no processo de comunicação com a concorrência dos variados setores de uma organização.

§ 4º - Nesta resolução entende-se por :

I - Lei 5.377: A Lei 5.377, de 11 de dezembro de 1967;

II - Regulamento: O Regulamento da profissão baixado pelo Decreto 63.283, de 26 de setembro de 1968, que disciplina o exercício da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei 5.377;

III - DL-860: O Decreto-Lei 860, de 11 de setembro de 1969, que dispõe sobre a constituição do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas;

IV - Dec-68.582: O Decreto 68.582, de 04 de maio de 1971, que regulamenta o DL-860;

V - RN: Resolução Normativa do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas;

VI - Atividades específicas ou privativas: as especificadas no art. 2.º da Lei 5.377 e no art. 4.º do Regulamento;

VII - Funções específicas ou privativas: as definidas por esta RN em consonância com as atividades específicas;

VIII - Organização: agrupamento organizacional, seja ele classificado como micro, de pequeno, médio ou de grande porte e de qualquer ramo de atividade, público, privado ou misto, com ou sem fins lucrativos;

IX - Empresa: o termo é aplicado para identificar uma organização do ramo industrial, comercial ou de serviços e que tenha fins lucrativos;

X - Comunicação:

a) Institucional, aquela criada exclusivamente para formar imagem positiva em torno de uma organização, empresa, pessoa, ou, ainda, em torno de algo ou alguma coisa. A comunicação institucional, com este escopo, está ligada ao nível de abordagem do assunto tratado e ao tipo de linguagem adotada para transmitir informações de uma determinada organização. O nível de abordagem deve ter a amplitude necessária à representação do conjunto de

conceitos de uma organização, como filosofia, valores, missão, visão, políticas, pensamentos, condutas, posturas e atitudes, tanto do ponto de vista ético-moral quanto administrativo, em todos os níveis da organização. A linguagem institucional é aquela que trata esses assuntos com isenção comercial ou mercadológica, atendo-se, apenas, a identificar, demonstrar e apresentar os conceitos ligados aos temas próprios da organização, com a intenção de informar e satisfazer os interesses de um ou mais públicos ligados à empresa e os dela próprios;

b) Corporativa, aquela com as mesmas características e objetivos da comunicação institucional, com a particularidade de estar ligada exclusivamente à alta administração das organizações;

c) Organizacional, a ação estratégica de uma organização, elaborada com base no diagnóstico global e em uma visão geral da organização, levando-se em consideração o processo de relacionamento entre a organização e os seus públicos, individual ou simultaneamente;

d) Pública ou Cívica, a que promove o fluxo da informação entre as necessidades da sociedade e aquelas que estão disponíveis nas instituições públicas que são, por natureza, as portadoras do interesse coletivo;

XI - Pesquisa: processo interativo de levantamento de dados e informações de interesse de uma organização sendo:

a) Quantitativa, quando analisa informações com base em identificação numérica e percentual de opiniões de entrevistados;

b) Qualitativa, quando analisa informações com profundidade maior do que apenas a identificação numérica e percentual de opiniões de entrevistados. Pode ser o resultado das opiniões individuais ou de grupo, levando-se em conta, além da opinião, o conhecimento, a percepção e as expectativas dos entrevistados;

XII) Pesquisa de opinião: processo de comunicação e interação voltado para o levantamento de informações e identificação de opiniões a fim de obter, pela tabulação e cruzamento de dados, uma análise quantitativa que indique a natureza de uma organização. Esse resultado oferece elementos percentuais que orientam a tomada de decisão pela área de comunicação;

XIII) Auditoria de Opinião: técnica específica de relações públicas que levanta informações buscando-se a manifestação de opiniões dos entrevistados de maneira informal e espontânea. Processo de comunicação e interação voltado para o levantamento de informações e identificação de opiniões, percepções e expectativas, a fim de obter, pela análise e interpretação das informações, o resultado qualitativo que determina o perfil organizacional. Essa análise oferece um diagnóstico preciso e o embasamento correto para a criação do planejamento estratégico de comunicação.

A auditoria de opinião com fins institucionais apresenta as seguintes variações:

- a) Auditoria ou pesquisa de imagem, técnica que objetiva, exclusivamente, a identificação da imagem mediante o conceito que tem o entrevistado em relação à organização;
- b) Auditoria ou pesquisa de clima organizacional, técnica que objetiva identificar os níveis de satisfação e insatisfação do indivíduo e do grupo e que, em seu conjunto, determinam qual o tipo de harmonia ou conflito existente na organização ou parte dela;
- c) Auditoria ou pesquisa de perfil organizacional, técnica que objetiva identificar as características institucionais, administrativas, políticas e de procedimentos e que, consolidadas, permite que seja formulada a definição sobre a organização;

XIV - Diagnosticar: executar ações que permitam o conhecimento ou a determinação das causas que provocaram determinado fato nas organizações. A análise conclusiva das informações desse conhecimento ou dessa determinação é chamada diagnóstico;

XV - Prognosticar: executar ações que permitam antever com antecipação o desfecho ou o encaminhamento de determinada questão. A análise conclusiva das informações que possibilitam o desfecho ou encaminhamento é chamada prognóstico;

XVI- Público Estratégico ou de Interesse: segmento definido como sendo portador de interesses mútuos e comuns com a organização.

Art. 2º - A falta do registro junto ao Conselho Regional respectivo torna ilegal o exercício da profissão, da atividade ou da função de Relações Públicas, tornando-se o infrator, pessoa física ou jurídica, punível com as cominações definidas no Código Penal Brasileiro e nas resoluções normativas do Conferp.

§ 1º - Na análise dos autos formalizados para aplicação de penalidades pelo exercício ilegal da profissão, o Conselho Regional apreciará as provas neles contidas a partir das normas previstas nesta resolução.

§ 2º - Na análise da nomenclatura, o Conselho Regional atentará para os nomes utilizados por pessoas físicas e jurídicas que, motivadas pela expansão dos negócios da comunicação no mercado e na tentativa de se eximirem da obrigatoriedade legal do registro profissional, executam funções específicas de Relações Públicas.

§ 3º - O Conselho Regional decidirá se a atividade ou a função em exame, independente do nome adotado, enquadram-se no escopo do exercício das Relações Públicas e, em forma de acórdão, proferirá a decisão sobre o feito.

§ 4º - O Presidente do Conselho Regional, de ofício, recorrerá ao Conselho Federal para que seja apreciada a decisão de primeira instância, ressalvando-se que da decisão do Conferp não caberá recurso.

§ 5º - Confirmada a decisão de primeira instância, o Conferp expedirá resolução e a ela dará ampla divulgação.

§ 6º - Reformada a decisão de primeira instância, o Conferp expedirá acórdão e a ele dará ampla divulgação.

Art. 3º - Ficam definidas as seguintes funções como privativas da atividade profissional de Relações Públicas:

I - Nos termos das alíneas "a" do art. 2.º da Lei 5.377 e "c" do art. 4.º do Regulamento:

- 1) elaborar, coordenar, implantar, supervisionar e avaliar:
 - a) planejamento estratégico da comunicação;
 - b) comunicação corporativa;
 - c) campanhas institucionais de informação, integração, conscientização e motivação dirigidas a público estratégico e à informação da opinião pública e

em apoio à administração, recursos humanos, marketing, vendas e negócios em geral;

2) coordenar, implantar, supervisionar, avaliar, criar e produzir material que, em essência, contenha caráter institucional da organização e se enquadre no escopo da comunicação organizacional e são conhecidos por newsletters e boletins informativos eletrônicos ou impressos, house-organs, jornais e revistas institucionais de alcance interno ou externo, relatórios para acionistas, folhetos institucionais, informações para imprensa, sugestões de pauta, balanços sociais, manuais de comunicação, murais e jornais murais;

3) elaborar planejamento para o relacionamento com a imprensa:

- a) definir estratégia de abordagem e aproximação;
- b) estabelecer programas completos de relacionamento;
- c) manter contato permanente e dar atendimento aos chamados e demandas;
- d) elaborar e distribuir informações sobre a organização, que digam respeito às suas ações, produtos, serviços, fatos e acontecimentos ligados direta ou indiretamente a ela, na forma de sugestões de pauta, press releases e press kits, organizar e dirigir entrevistas e coletivas;
- e) criar e produzir manuais de atendimento e relacionamento com a imprensa;
- f) treinar dirigentes e executivos para o atendimento à imprensa, dentro de padrões de relacionamento, confiança e credibilidade;

4) desenvolver estratégias e conceitos de comunicação institucional por meios audiovisuais, eletrônicos e de informática, Internet e Intranet;

5) definir conceitos e linhas de comunicação de caráter institucional para roteiros e produção de vídeos e filmes;

6) organizar e dirigir visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da organização. II - Nos termos das alíneas "b", "c" e "d" do art. 2º da Lei 5.377 e "b" e "e" do art. 4.º do Regulamento:

1) coordenar e planejar pesquisas de opinião pública para fins institucionais:

- a) analisar os resultados obtidos e proferir diagnóstico;
- b) detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos;

2) implantar, realizar, coordenar, dirigir, acompanhar e avaliar:

- a) auditoria e pesquisa de opinião;
- b) auditoria e pesquisa de imagem;
- c) auditoria e pesquisa de clima organizacional;
- d) auditoria e pesquisa de perfil organizacional;

III - Nos termos das alíneas "e" do art. 2.º da Lei 5.377 e "g" do art. 4.º do Regulamento, combinado com o disposto na Resolução do Conselho Nacional de Educação N.º CNE 0016/2002, de 13 de março de 2002:

1) ser professor de disciplinas que têm por objetivo o desenvolvimento das competências específicas da formação do Profissional de Relações Públicas, a saber:

- a) história das Relações Públicas e do desenvolvimento de seu campo profissional no Brasil e no mundo;
- b) conceitos fundamentais, métodos e técnicas de Relações Públicas;
- c) uso das estratégias, dos instrumentos e das linguagens de comunicação dirigida;
- d) métodos e técnicas de diagnóstico e prognóstico da comunicação organizacional e da pesquisa com fins institucionais;
- e) aspectos teóricos e práticos do planejamento da comunicação organizacional;
- f) legislação das Relações Públicas, código de ética e conduta da profissão;
- g) trabalhos práticos orientados de Relações Públicas;

2) supervisionar estágios curriculares ou extra-curriculares;

3) coordenação:

- a) de laboratório, escritório-modelo ou agência-modelo;
- b) didático-pedagógica específica da habilitação;

IV - Nos termos das alíneas "a", "d" e "f" do art. 4.º do Regulamento:

- 1) criar, apresentar, implantar, gerar, propor, coordenar, executar e desenvolver políticas e estratégias que atendam às necessidades de relacionamento da organização com seus públicos;
- 2) implantar, coordenar, desenvolver e dirigir ações em órgãos públicos que tenham por objeto a comunicação pública ou cívica;
- 3) acompanhar assuntos de interesse público afetos à organização;
- 4) definir conceitos e sugerir políticas de:
 - a) relações públicas para a organização;
 - b) atitudes ou mudança de atitudes no tratamento com os públicos e em relação à opinião pública;
 - c) estratégias da comunicação;
 - d) administração de ações de comunicação em situação de crise e de emergência;
 - e) apoio ao marketing, dentro das atividades de comunicação dirigida;
 - f) propaganda institucional;
- 5) desenvolver, implementar, executar e coordenar campanha de envolvimento com público de interesse, campanha temática de integração, orientação, motivação, desenvolvimento organizacional e aquela que envolva relacionamento com funcionários, familiares, acionistas, comunidade, fornecedores, imprensa, governo, clientes, concorrentes, escolas e academias e clubes de serviços e organizações sociais;
- 6) definir os públicos estratégicos da organização e caracterizar a segmentação feita de acordo com as técnicas de Relações Públicas para a definição das relações com funcionários, também chamada de comunicação interna; acionistas; fornecedores; comunidade; imprensa; clientes; governo; entidades de classes, associações e organizações não-governamentais; entidades do Terceiro Setor e benemerentes e com qualquer outro tipo de público que seja caracterizado por interesse em comum em relação à organização;
- 7) pesquisar, formalizar, promover, orientar e divulgar para os públicos estratégicos a aplicação do Código de Conduta Ética e do Código de Valores da organização;

8) conceber, criar, planejar, implantar e avaliar eventos e encontros institucionais que tenham caráter informativo para construir e manter imagem;

9) desenvolver, implementar, montar, coordenar, dirigir, executar e avaliar serviço de relações governamentais executar e coordenar atividades de Relações Governamentais lobby e cerimonial.

§ 1º - Para o cumprimento do disposto no inciso III deste artigo, o Conselho Regional examinará as ementas e os programas das disciplinas oferecidas pelas Instituições de Ensino Superior/IES, independente do nome que tenham, para associá-las às temáticas elencadas no mencionado inciso e, se for o caso, exigir o registro profissional do professor da disciplina examinada.

§ 2º - Caso o Conselho Regional encontre óbices para a fiscalização do exercício profissional a que se refere o inciso III deste artigo, seu Presidente representará ao Presidente do Conferp para que sejam tomadas as medidas cabíveis junto ao Ministério da Educação.

Art. 4º - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º - Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 24 de agosto de 2002

Flávio Schmidt Presidente

Conrerp/2.^a 1723

Publicada no DOU - Nº 209 - Seção 1- Páginas: 190 a 191 Data: 28 /10/02