

Rafael May Chula

A PROFISSÃO DE COMUNICADOR SOCIAL:
aspectos históricos e panorama atual

Porto Alegre
2005

Rafael May Chula

**A PROFISSÃO DE COMUNICADOR SOCIAL:
aspectos históricos e atuais**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para a obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social –
Relações Públicas da Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof^o Pablo Alejandro Fabián

**Porto Alegre
2005**

*Dedico este trabalho
a todos aqueles que me precederam
no estudo das raízes
da vida brasileira.*

*Agradeço à meu orientador,
Professor Pablo Alejandro Fabián,
pela segurança e entusiasmo.*

*Aos meus avós,
pelas lições em vida.*

*Aos meus pais,
por todo empenho e paciência.*

*Aos amigos,
em especial, aos que sempre
acreditaram que era possível
construir o novo.*

*Sê tu a minha habitação forte,
a qual possa recorrer continuamente.
Deste um mandamento que me salva,
pois tu és a minha rocha e a minha fortaleza.*

Salmo 71, 2

RESUMO

Este estudo tem por objetivo compreender os principais processos históricos que levaram a criação das categorias profissionais da área da Comunicação Social. Enfoca o período republicano, sobretudo as ditaduras de Getúlio Vargas e dos Governos Militares. Nestes momentos, encontra as raízes das legislações sociais e faz o paralelo com o nascimento da profissão de comunicador social. Após realizar este resgate histórico, traz uma pesquisa dentro do mercado gaúcho com os profissionais da área. Questiona os métodos aplicados na contratação dos profissionais e o quadro atual do mercado de trabalho, consoante às leis em vigor.

PALAVRAS-CHAVE: História. Legislação. Comunicação Social.

ABSTRACT

This study intent to comprehend the main historical processes that taken to the creation of the professional categories in Social Communication. Focus the Brazilian republic period, over all the Getulio Vargas and the Military despotism. In these moments, find the roots of the social legislation and makes the parallel with the social communication profession birth. After accomplish this historical ransom, brings a research inside the market of Rio Grande do Sul state with the professionals of the area. Discuss the methods that are applied in the labour agreement of these professionals and the state of the work area, according to the present laws.

KEYWORDS: History. Legislation. Social Communication.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO/10

2 A HISTÓRIA DA EVOLUÇÃO DAS RELAÇÕES DE TRABALHO NA REPÚBLICA DO BRASIL /14

2.1 Antecedentes Históricos (1891-1913) /14

2.2 A Primeira Guerra Mundial (1914-1919)/15

2.3 A Revolução de 1930/ 16

2.3.1 Fatos antecedentes /16

2.3.2 O 24 de Outubro /19

2.4 A Era Vargas /19

2.4.1 Os Primeiros Anos /20

2.4.2 A Constituição de 1934 /21

2.4.3 A Intentona Comunista /22

2.4.4 O Estado Novo /23

2.4.5 A Propaganda Getulista /25

2.4.6 A Justiça do Trabalho e a CLT /27

2.5 Análise do Período /28

2.6 Datas importantes entre 1945 e 1964 /29

2.7 O Golpe Militar de 1964 /29

2.8 A Repressão e a Regulamentação /33

2.9 Análise do Período /35

3 METODOLOGIA DE PESQUISA /38

3.1 Um Novo Ambiente Social /38

3.2 A Comunicação Social como Terreno Fértil para Novos Modelos

/40

3.3 O Ambiente de Pesquisa /41

3.4 Resultados /43

3.4.1 Gerais de Perfil /43

3.4.2 Escolaridade /43

3.4.3 Estágios /44

3.4.4 Dados do Emprego Atual /45

3.4.5 Técnicas Profissionais /48

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS /51

REFERÊNCIAS /54

ANEXOS /55

1 INTRODUÇÃO

Muito nos entusiasmou a pesquisa histórica realizada pelo professor Hélio Silva, compilada em 22 volumes que contam os fatos mais relevantes da República brasileira. Nestas páginas foi possível encontrar diversos fragmentos que até então permaneciam obscuros na busca pelas raízes históricas das profissões da área de Comunicação Social. Ao longo de 18 meses de pesquisa, pudemos compreender o processo histórico da comunicação, principalmente na sua face política, vindo a tornar-se elemento dos mais importantes para a condução dos governantes e do poder.

Foi no período do século passado que se processaram as mudanças mais radicais no modo da difusão em massa das idéias, eliminando-se a barreira da alfabetização com a invenção do rádio e depois da televisão. As mensagens passaram a ser transmitidas com velocidades cada vez maiores e em maior número de canais.

Esse foi nosso ponto de partida. Instigados pela curiosidade científica, buscamos sistematizar as mudanças dos períodos históricos e os avanços sociais que formataram as relações formais de trabalho no século XX. Sim, porque antes de Getúlio Vargas, muito pouco se fez na defesa da massa trabalhadora no Brasil. Nossos dirigentes pertenciam a uma elite distante dos problemas do povo. E é justamente essa massa humana que começa a ser moldada como corpo social nas revoluções da Rússia e da Europa. Era o fim do predomínio liberal. Urgia a necessidade da intervenção estatal para dirimir os conflitos entre os detentores dos meios de produção e o proletariado. Foi nesse contexto que nosso país começou a

tratar das legislações sociais, como já dissemos, acelerada com a chegada ao poder de Vargas.

Mas Getúlio Vargas não era apenas um estadista preocupado com o povo. Ele nutria a sabedoria de que não bastava fazer, era preciso tornar público seus atos em favor das classes menos abastadas. Foi daí que surgiu a institucionalização dos meios de comunicação, como detalharemos no trabalho. Vargas pode ter desse modo mais um mérito atribuído à sua figura histórica: foi o pai das relações públicas no Brasil. Falar somente de um nome é um dos grandes erros que se pode cometer na apuração dos fatos históricos, por isso, neste trabalho, pesquisamos outros responsáveis por esses feitos tão relevantes. De certo que muitos outros nomes podem ter sido esquecidos, mas o processo de construção histórico é baseado nessa renovação dos dados, com novos fatos descobertos e sendo trazidos à luz da ciência.

Duas décadas depois deste primeiro avanço histórico, herdamos uma onda de recrudescimento ditatorial que varreu as Américas, sobretudo os países mais importantes no contexto geopolítico. E desse período, que muitos tentam esquecer até hoje, é que a comunicação social viu nascer as suas cartas legais. Era um mundo tecnocrata, com os meios de comunicação de massa em franca dominação e hegemonia estatal no controle das informações. Muito foi escondido embaixo do tapete e segue até hoje em segredo. Vozes que foram caladas em salas de tortura e líderes que foram esterilizados na repressão massiva do regime militar. Mas este era o mundo da Guerra Fria, uma idéia propagada no melhor estilo do *mass media* e que desuniu povos irmãos. Dessa fase obscura da humanidade pouco se quer manter, por certo que outro tanto se deve a este período: a invenção do ténis e da internet só para citar exemplos.

Mas é da fantasia revolucionária que vai operar-se a grande revolução: o advento da sociedade pós-industrial. Um movimento silencioso, que ganhou a forma da teia e o ideal da relatividade. Essa reviravolta no pensamento vai implodir todas as teorias clássicas, principalmente no campo das organizações. Será preciso repensar a forma de como seres humanos e máquinas vão interagir depois dessa ruptura. Urgirá a criação de um novo conceito de bem-estar social. A fragmentação do pensar terá na internet sua mola propulsora e atingirá pontos de onde será impossível olhar para trás e voltar ao passado.

Nesse ponto, muito nos ajudaram os conceitos do sociólogo Domenico de Masi, que estuda há muitos anos a degradação da forma tradicional das organizações. Na obra “O Futuro do Trabalho” vamos encontrar um rico apanhado histórico do papel do trabalho dentro das sociedades, desde sua ligação com o pecado original até a derrocada do *Scientific Management*. Uma transição que abre a fenda entre novo e velho, entre espaço contínuo e fragmentado, entre o tempo linear e o tempo do indivíduo. São conceitos difíceis de absorver, mas que com o passar dos anos vão se tornando cada vez mais evidentes nos modos de vida, sobretudo das novas gerações.

Com tudo isso, nós, que pensamos a comunicação como instrumento primeiro de trabalho, também seremos atingidos por essas mudanças. Na terceira parte desse trabalho avaliamos essas implicações no mercado local, através de um questionário que procura encontrar dados que embasem as contestações pregadas na linha teórica que rege esta parte do trabalho. Foram alguns meses de pesquisa entre profissionais novatos e veteranos do mercado gaúcho, das áreas de jornalismo, publicidade e relações públicas para apurar que realmente não há mais

volta ao passado: é preciso olhar para o futuro. Que seja com o conhecimento histórico para não repetirmos os erros.

2 A HISTÓRIA DA EVOLUÇÃO DAS RELAÇÕES DE TRABALHO NA REPÚBLICA DO BRASIL

2.1 Antecedentes Históricos (1891-1913)

O período que compreende o início da República (1891) e a Consolidação das Leis Trabalhistas (1943) foi permeado por diversas tentativas de abordagem ao problema das relações de trabalho. É importante destacar que, na gênese do período republicano, nossos juristas e políticos eram influenciados pela orientação liberal, onde o Estado deveria atuar como mero espectador das relações contratuais, deixando que o mercado se auto-regulasse, pois, segundo esta doutrina, a tendência era pelo equilíbrio das forças. A relação estreita desse panorama com as leis é felizmente descrito pelo professor Seagadas Vianna: “o processo evolutivo da legislação do trabalho tem uma correlação direta com o ambiente político e, sobretudo, com o ambiente social e econômico; ele normalmente nasce e se desenvolve tendo em vista a pressão dos acontecimentos” (VIANNA, 1993, p. 55).

Pois bem. Os primeiros anos da república brasileira foram marcados pela alternância das oligarquias do centro do país na magistratura suprema. As pressões populares, que seriam a forma ascendente de pressão por uma regulamentação do trabalho, não foram a tônica do processo no Brasil, sendo a legislação formada por um processo descendente, isto é, de cima para baixo. Em 5 de janeiro de 1907¹, a Lei nº 1.637 forjou pela primeira vez a organização sindical, sendo um marco importante na história da legislação trabalhista. Ainda assim, essa

¹ Data de 1906 a invenção do rádio, veículo que viria a ser muito importante na divulgação das realizações políticas do governo central.

lei marca o áspero caráter do nosso modo de ver a questão do trabalhador. Notemos especialmente seu artigo 8º: “Os sindicatos que se constituírem com o espírito de harmonia entre patrões e operários, como sejam os ligados por conselhos permanentes de conciliação e arbitragem, destinados a dirimir as divergências e contestações entre o capital e o trabalho, serão considerados como representantes legais da classe integral dos homens do trabalho e, como tais, poderão ser consultados em todos assuntos da profissão” (VIANNA, 1993, p. 59).

Também foi nesse período histórico, mais precisamente no dia 7 de abril de 1908, que foi criada a primeira associação no campo profissional da comunicação social: a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), no Rio de Janeiro, que era a capital federal àquela época.

2.2 A Primeira Guerra Mundial (1914-1919)

A efervescência das massas proletárias, que cresciam juntamente com o Capitalismo, foi traço marcante dos vinte e cinco anos que antecederam a primeira Grande Guerra e formaram o período republicano no Brasil até 1914². Apesar de não fazer participação efetiva no distante conflito europeu, nosso país sofreu as influências da beligerância massiva do Velho Continente. Foi um período de acentuada imigração de operários estrangeiros fugidos do *front* e também de crescimento da atividade industrial, impulsionada pela convulsão dos setores produtivos na Europa. As massas proletárias nacionais sofreram uma “politização” com o movimento de chegada dos estrangeiros e puderam perceber um papel

² Data de 30 de janeiro de 1914 a criação do primeiro departamento de Relações Públicas do Brasil. Pertencia à empresa Light & Power Co. Ltda., hoje denominada Eletropaulo, comprada recentemente pela empresa distribuidora de energia AES. CHAVES, Sylla M. “Relações Públicas no Brasil”. In: JAMESON, Samuel H. (org.). *Relações Públicas*. P. 30

necessário para sua atuação enquanto classe social. A Revolução Russa pregava a união de todos os operários do mundo para formar a ditadura do proletariado e, desse modo, subjugar a força dos capitalistas (Operários do Mundo, uni-vos!)³.

Ainda que não houvesse em nosso país uma revolta das massas, o final da Primeira Guerra Mundial inicia uma década definitiva na revolução social brasileira. Como bem observa Hélio Silva:

“Quando repercute em nossa terra a crise do mundo moderno e as manifestações de renovação aparecem, em 1922, na revolução cultural, com a Semana de Arte Moderna; na revolução social, com a fundação do Partido Comunista Brasileiro; na revolução militar, com o Primeiro Cinco de Julho, o Brasil estava inteiramente despreparado para a renovação que se ia processar na sociedade moderna. Daí os avanços e recuos, as incompreensões, a contenção exagerada de um processo revolucionário inevitável e o retardamento das reformas capazes de operar, vantajosamente, as modificações sociais.”
(SILVA, 1998, vol. VII, p. 34).

2.3 A Revolução de 1930

Herdeira dos movimentos militares de 22 e 24, a Revolução que conduziu Getúlio Dorneles Vargas à Presidência da República, foi, antes de tudo, signo da ruptura da Velha República, um período onde as fraudes eleitorais serviram indiscriminadamente para a sustentação da política “café-com-leite” e colocaram o pronunciamento popular em segundo plano. Os revoltosos que derrubaram o presidente Washington Luís sucederam a Rui Barbosa e Nilo Peçanha, célebres combatentes no âmbito político das mazelas oriundas da estrutura viciada da Primeira República.

³ Para uma compreensão das raízes deste conflito sugerimos a leitura da obra do historiador Eric Hobsbawm, a “Era dos Extremos”. Leitura indispensável para compreender os fenômenos externos que influenciaram diretamente na política e na área trabalhista brasileira também.

2.3.1 Fatos antecedentes

As campanhas civilistas empenhadas por Rui Barbosa foram as primeiras manifestações na área política de uma democracia no Brasil. O advogado Rui Barbosa, figura ímpar em nossa história política, impôs sua marca com atuações destacadas como parlamentar e candidato. Foi o idealizador dos Tribunais de Contas, órgãos fiscalizadores do destino do erário. Contudo, fraudes e vícios corriqueiros no sistema eleitoral brasileiro, impediram que o político baiano chegasse à Presidência⁴.

Paralelamente, tivemos o movimento da mocidade militar, que ficou conhecido em nossa história como “Tenentismo”. Importante destacar que foram os militares que derrubaram o Império e encabeçaram as duas primeiras magistraturas republicanas. Os jovens tenentes eram o espelho da transformação mundial que o período Entre-guerras (1920-1939) iniciara. Outra manifestação de porte que antecedeu a Revolução de 30 foi o episódio que eclodiu no Rio Grande do Sul e ganhou o país: a Coluna Prestes⁵. Este evento significou um descontentamento dos Estados excluídos pelo regime político da Velha República.

Já na campanha política para a sucessão de Washington Luís (1929-1930), as frentes que se abriam apontavam o caminho duro da solução revolucionária. Definidos os candidatos Júlio Prestes e Getúlio Vargas, podemos

⁴ O principal embate político de Rui Barbosa foi na campanha presidencial que concorreu contra o Marechal Hermes da Fonseca. Apesar do poderio do candidato oficial, Rui Barbosa conseguiu contagiar multidões com seus discursos de oratória sagaz e perfeita. Contudo, como referimos neste trabalho, o sistema eleitoral brasileiro era demasiado falho e os resultados das eleições daquele período estavam submetidos a fraudes por parte dos presidentes estaduais que fraudavam as listas de presenças de eleitores e promoviam o chamado “voto de cabresto”, que consistia na coação do eleitor no momento do voto.

⁵ Para se ter uma noção da importância do levante militar da chamada “Coluna Prestes”, cabe salientar que a mesma percorreu onze Estados brasileiros, saindo do Rio Grande e chegando ao Maranhão e mais países vizinhos, chegando a formar um exército paralelo que contou com mais de dez mil homens nos anos que se manteve ativa. Foi a maior rebelião do governo do Presidente Artur Bernardes e pode ser considerada a eclosão da rebelião que se formaria em 1930.

encontrar diversos fragmentos que ao unirem-se formam o ambiente revolucionário daquele momento histórico. Articulador político sagaz e homem de confiança de Getúlio Vargas, Osvaldo Aranha escreve a seu tio, o senador Freitas Vale, carta que dá a clara noção do ambiente pré-eleitoral:

“A certeza do mal que não se quis evitar e a do bem que procurei fazer deixaram-me numa grande e serena liberdade íntima para julgar e agir. O futuro está vivo e claro com suas hipóteses insondáveis. A tempestade de amanhã está na claridade do dia de hoje. Não enxerga quem fecha os olhos à realidade: ou uma solução patriótica ou uma luta bravia. Recusar a primeira é precipitar o país na segunda. Não há outra estrada que nos afaste do abismo. A eleição pura e simples, em moldes republicanos, é irrealizável neste país de governadores e donatários. A eleição ‘brasileira’, herança da escravidão sem lei, sem liberdade, sem responsabilidade, sem fiscalização, mas com derrubadas, subornos, violências e fraude, não leva convicção nem ao vencido, nem ao vencedor. É uma comédia presidida pelo árbitro do poder que, por vezes, não se vexa de fazer o bufo tragicômico da pantomima. É uma mistificação, salvo se adotarmos sugestões e providências capazes de assegurar o início de uma era melhor e mais digna de relativa verdade eleitoral”.

(SILVA, 1998, vol. VII, p. 115).

Osvaldo Aranha esteve por diversas vezes em contato com o presidente Washington Luís para tentar um entendimento com relação a sucessão presidencial. Eram defensores de uma candidatura de conciliação, que buscasse amplo apoio político e tivesse sustentação para conduzir as reformas que o Brasil exigia.

As eleições processaram-se a 1º de março de 1930 e tiveram como resultado a esperada fraude, que fez com que os resultados oficiais demorassem a aparecer e serem reconhecidos. Nas atas de votação assinaturas fraudadas e comparecimento excessivo de eleitores denunciavam a deturpação dos resultados, ilícito praticado por ambas as chapas. No resultado final o candidato Júlio Prestes sagrara-se vencedor com pouco mais de um milhão de votos, contra menos de setecentos mil de Getúlio Vargas.

2.3.2 O 24 de Outubro

A revolução deflagrada no sul, apoiada pela Paraíba e depois por Minas Gerais já punha termo ao destino do governo central. No Distrito Federal, hoje capital do Estado do Rio de Janeiro, a presença popular contagia o clima de mudança, como bem descreve nesta passagem o professor Hélio Silva:

“Havia sobressalto na cidade. Uma multidão, não se sabia bem de onde viera, ia tomando conta das ruas, ostentando lenços vermelhos. Grupos de populares começavam a depredar as redações dos jornais governistas. Líderes improvisados e conhecidos políticos aliancistas, concitavam à destruição. Apareceram latas de gasolina que eram derramadas às portas dos edifícios, ateando-se os incêndios. O majestoso edifício de ‘O País’, construído com a própria Avenida Central, em sua esquina com a Rua 7 de Setembro, converteu-se num imenso fogaréu. Magotes invadiam o prédio, arrancando os móveis, livros e coleções, espatifando tudo e jogando o material para a fogueira. A ‘Agência Americana’, instalada em um dos andares superiores, ‘A Notícia’ mais além na mesma avenida, ‘A Gazeta de Notícias’, na Rua do Ouvidor; ‘A Crítica’, de Mário Rodrigues, ‘A Vanguarda’, de Oséias Mota, eram pilhadas e queimadas. ‘A Noite’, no edifício da Praça Mauá que tem o seu nome, sofreu o vandalismo da revolução. O alto prédio foi tumultuado, os elevadores parados e um rico e lindo lustre que havia no hall desapareceu misteriosamente. Pelas ruas estendiam-se passadeiras brancas de bobinas de papel de jornal. A polícia, impotente, omitia-se”
(SILVA, 1998, vol. VIII, pp. 64-65).

Nesse clima instalou-se a Junta Governativa da Revolução, que em 3 de Novembro de 1930 passou o comando da nação a Getúlio Vargas.

2.4 A Era Vargas

Getúlio Vargas iniciou o mais longo período de um presidente à frente do Brasil. Foram quinze anos alternados entre o Período Revolucionário (1930-1934), Período Constitucional (1934-1937) e o Estado Novo (1937-1945). Foi nestes quinze anos que as questões sociais ganharam corpo legal, que culminou com a

Consolidação das Leis Trabalhistas, documento herdado para regular as questões do trabalho.

2.4.1 Os Primeiros Anos

É importante frisar que o governo Vargas fora empossado por uma revolução e, portanto, detinha o poder de fato, mas não de direito, pois, na legislação, a presidência da república deveria ser investida pelo candidato eleito pelo voto do povo. Por isso mesmo, muitas conturbações e arbitrariedades caracterizaram o período inicial da Era Vargas, que também é conhecido como Governo Provisório. Em 12 de novembro de 1930 são promulgados decretos instituindo o governo provisório e a dissolução do Congresso Nacional, das Assembléias Estaduais e Câmaras Municipais. Com isto o governo passa a emitir uma série de decretos e leis que moldam a nova ordem social do país.

Entre as mudanças introduzidas no início do governo Vargas, no dia 28 de novembro foi criado o Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, assumido a 2 de dezembro pelo gaúcho Lindolfo Collor. O Ministério foi regulamentado pelo decreto nº 19.667, de 4 de fevereiro de 1931. Tratava-se do primeiro reflexo da política que tomava frente no governo federal.

Também no governo provisório podemos destacar a mudança do Departamento Oficial de Propaganda (criado em 1930) em Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, ocorrida a 10 de julho do ano de 1934. Este departamento pode ser considerado como embrião de Relações Públicas no Governo Federal, fazendo papel de selecionador de informações e notícias oficiais. É mister salientar que Getúlio Vargas deixará sua marca como grande estadista,

contudo, suas bases estratégicas passavam pelo controle e seleção das informações, bem como pelo monitoramento das atividades da imprensa da época, que era dividida de forma notória entre apoiadores e opositores do regime político no poder. Havia posicionamento nos jornais da época, sendo a atividade uma fonte de construção do pensamento político-partidário. Abordaremos esse tema em destaque após a análise do período Vargas.

2.4.2 A Constituição de 1934

Convocada a Assembléia Constituinte em eleição a 3 de maio de 1933, iniciaram-se a 15 de novembro do mesmo ano os trabalhos para a promulgação da Carta que substituiria a de 1891. A novidade desta vez era a representação classista, composta por uma bancada com as mesmas prerrogativas dos constituintes eleitos pelo voto popular. Essa representação apresentava-se como vanguarda para a época e tinha por função embutir as reivindicações das classes profissionais representadas (engenheiros, advogados e médicos).

“Se a representação profissional foi, sob o ponto de vista da organização do Congresso, a principal inovação, a mais característica da mutação e do progresso político do país é a que se encerrou no capítulo referente à ordem econômica e social. A Constituição de 34 assegurava autonomia sindical, dava a todos o direito de prover à própria subsistência e à de sua família mediante trabalho honesto; determinava que a lei promovesse o amparo à produção e estabelecesse as condições do trabalho tendo em vista a proteção social do trabalhador e os interesses econômicos do país; estatuiu a proibição de diferença de salário para o mesmo trabalho por motivo de idade, sexo, nacionalidade ou estado civil; determinava a fixação de salário mínimo; proibia o trabalho dos menores de quatorze anos, o trabalho noturno dos menores de 16 e nas indústrias insalubres às mulheres e menores de 18 anos; assegurava a indenização ao trabalhador injustamente dispensado, a assistência médica e sanitária ao trabalhador a à gestante, também para esta, o descanso antes e depois do parto sem prejuízo do salário” (VIANNA, 1993, p. 71).

Apesar dos grandes avanços sociais, não seria esta a constituição que garantiria segurança às instituições brasileiras, o que se pôde verificar pelos anos que se seguiram após sua promulgação. O Estado firmava suas bases no regime getulista, que começava a mobilizar opositores em diversos segmentos da sociedade.

2.4.3 A Intentona Comunista

O levante de novembro de 1935 foi a reação popular que acendeu o antagonismo ao regime getulista. Conforme observam os estudiosos: “a verdade histórica é que a chamada Intentona Comunista não foi um movimento exclusivamente comunista, visando implantar o comunismo no Brasil. Era a soma dos descontentamentos e das frustrações. Página de luto e de sangue. Crise da civilização.” (SILVA, 1998, vol. X, p. 39).

Este movimento foi usado por Getúlio Vargas para dar início a repressão ao movimento comunista no Brasil, com diversas prisões, dentre as quais a do líder comunista Luis Carlos Prestes, que foi capturado e interrogado a 5 de março de 1936. Curiosa esta história da prisão: ocorria que um americano chamado Victor Allan Barron, dado a aventuras, aceitou a missão de ocultar Prestes em troca de dinheiro. Passado um tempo, o mesmo americano foi convidado para um jantar com o delegado de Ordem Política e Social, capitão Afonso de Miranda Correia e um integrante da embaixada americana. Diz um provérbio latim: “*in vino veritas*”, não se sabe ao certo se fora vinho, mas o fato é que devido a embriaguez dos participantes daquele jantar, Barron falou de seu envolvimento com a fuga de Prestes. Convencido a depor no dia seguinte, contou à polícia sua versão, não conseguindo

precisar o local, mas dando indicativo suficiente para que a repressão do governo fizesse uma varredura e, na manhã do dia 5 de março, capturasse o líder do comunismo no Brasil. Era a prisão que iria decretar a força dos organismos de repressão governamental, que passaram a efetuar centenas de prisões nos anos que se seguiram.

Como já foi dito acima, não apenas comunistas tomaram parte do levante de 27 de novembro de 1935. Eram os descontentes com a política de Vargas. Note-se que havia nesse âmbito a transição de uma mentalidade liberal, sem intervenção estatal, para uma política de proteção social, com o Estado tomando frente nas dissonâncias sociais, tendência mundialmente deflagrada após a Primeira Guerra.

Para nossa pesquisa cabe colocar aqui que em 19 de dezembro de 1935 foi criada a Associação Riograndense de Imprensa, a ARI, moldada nos parâmetros legais da constituição de 1934 e pela reforma instituída pelo Decreto número 24.594, de 12 de julho de 1934. Essa Associação teve como seu primeiro presidente Érico Veríssimo.

Dois anos depois surgiria a Associação Brasileira de Propaganda, mais precisamente no dia 16 de julho de 1937, quando o Brasil encontrava-se no Estado de Guerra, medida adotada por Getúlio Vargas para ampliar seus poderes e assim poder fazer valer o poder repressivo estatal.

2.4.4 O Estado Novo

O que não se sabe precisar, no caso do Brasil de Vargas, e até hoje pode se travar essa discussão, é que lado da polarização nosso país assumia, pois

o mundo era dividido em tendências comunistas e totalitaristas. À época do levante comunista e da posterior repressão generalizada, o ex-ministro Osvaldo Aranha conduzia a embaixada brasileira nos Estados Unidos, sendo elemento consultado por Vargas em diversos momentos decisivos. Contudo, ao declarar o Estado de Guerra e dar o golpe de 10 de novembro de 1937 criando o Estado Novo, arremedo do modelo fascista italiano, versão tupiniquim do totalitarismo europeu, que não pode ser analisado sob a ótica dos modelos estrangeiros, incorrendo-se, dessa forma, em análise inadapável à realidade sócio-econômica brasileira.

Cabe acrescentar que o Estado Novo foi um movimento que teve gênese nas Forças Armadas e que Getúlio Vargas soube habilmente conduzir a seu favor. A obstinação de Vargas em implantar sua política trabalhista, gerando focos de resistência nas classes dominantes, é bem ilustrada pela passagem que se segue, ocorrida anos antes da decretação do golpe de Estado:

“Vargas estava atento e procurava alertar os governadores já eleitos, e os interventores ainda esperando as respectivas eleições, sobre as verdadeiras intenções da ANL [Aliança Nacional Libertadora]. Não satisfeito, solicitou do jornalista Assis Chateaubriand, seu amigo desde os tempos de Ministro da Fazenda de Washington Luís, que promovesse uma reunião de tubarões, à qual ele, Vargas, compareceria. Foi na casa de Guilherme Guinle e, durante o almoço, que os enfrentou; fez uma longa exposição sobre os perigos que representavam as atividades da ANL, a qual, sob o pretexto de fazer política, estava preparando uma revolução com auxílio exterior; desejoso de obter a colaboração de todos para sua política trabalhista, queria ouvir-lhes a opinião. E o que ouviu deu-lhe náuseas: divagaram sobre os despropósitos das leis trabalhistas, reclamaram contra os fiscais do Ministério que invadiam as fábricas e provocavam a indisciplina dos operários e sabotavam a autoridade dos empresários. O anfitrião, por cortesia ou por não concordar com eles, manteve-se calado. Vargas desinteressou-se da conversa e despediu-se pouco depois. No automóvel, de volta, após um longo e penoso silêncio, mastigando as palavras, disse ao ajudante-de-ordem que o acompanhava, o capitão-tenente Ernani do Amaral Peixoto: ‘estou tentando salvar esses burgueses burros e eles não entenderam’”.

(SILVA, 1998, vol. X, p. 40).

Estava agora o governo brasileiro sob a égide do ditador, que dissolve o legislativo em todo o país e passa a decretar as leis. Data desse período o Decreto-lei número 910, editado a 20 de novembro de 1938, que dispõe sobre a duração e condições de trabalho dos jornalistas (Vianna, 1993, p. 65), que, em nossa pesquisa, foi a primeira referência encontrada na legislação brasileira a profissão de comunicação social⁶.

2.4.5 A Propaganda Getulista

Logo após a revolução de 1930, foi criado o DOP, Departamento Oficial de Propaganda, com uma subseção de rádio, precursora da “Hora do Brasil”. Era dirigido pelo antigo deputado carioca Sales Filho. A pouca audiência dessa irradiação fez com que o povo a apelidasse de “o fala sozinho”, e depois de “a hora do silêncio”. Em 10 de julho de 1934, às vésperas da promulgação da Constituição, o ainda Governo Provisório transformou aquele órgão em Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, nomeando para dirigi-lo Lourival Fontes⁷, jornalista e escritor sergipano que organizara o Departamento de Turismo da antiga Prefeitura do Distrito Federal. A finalidade seria estudar a utilização do cinema, da radiotelegrafia e outros meios de comunicação de massas. Esse Decreto-lei tinha caráter amplo, compreendendo a Imprensa Nacional. Na prática, nunca foi

⁶ Foram encontradas as seguintes regulamentações para a profissão de jornalista:

- decreto-lei 910 (novembro de 1938): estabelece primeiras normas e direitos, como registro profissional, jornada de cinco horas, descanso semanal remunerado e determinação de criação de cursos de jornalismo;
- autorização para que a comissão de sindicância passe a ter poder de opinar sobre pedidos de registro (de forma a não se confundir jornalista com estranhos, arrivistas e patrão);
- decreto 1.177 (governo Goulart), depois alterado pelo decreto 52.623, redefinindo a função jornalística e exigindo expressamente curso superior e apresentação de diploma para registro;
- decreto 972, de outubro de 1969, redefine a profissão e consolida a exigência de diploma de escola superior de jornalismo para o exercício da profissão. (In: <http://www.sjsp.org.br>)

⁷ Lourival Fontes seria nomeado assessor pessoal de Getúlio Vargas em 1951 e pode ser considerado como o primeiro grande relações públicas na área política, pois sob seu comando estavam todas as comunicações oficiais do presidente Vargas no segundo mandato presidencial que ele exercera.

executado esse dispositivo. Posteriormente, passou a denominar-se Departamento Nacional de Propaganda e, finalmente, Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP, que se constituiu em um dos traços característicos do Estado Novo, criando, entre nós, o culto da personalidade. Dele fazia parte a Agência Nacional, através da qual o serviço de imprensa do DIP distribuía noticiário aos jornais. Em substituição ao programa inicialmente dirigido por Sales Filho, foi criada a “Hora do Brasil”, que teve como primeira diretora Ilca Labarthe. Com a dissolução do Congresso, o departamento mudou-se para o Palácio Tiradentes, ocupando as dependências da Câmara dos Deputados.

O Estado Novo assegurava-se da mais ampla repercussão de seus atos. Através da rede de informações da Agência Nacional, da distribuição de fotografias, artigos e comentários, chegou a fornecer mais de 60% da matéria divulgada pelos jornais. Na lista de colaboradores, organizada por Lourival Fontes, figuravam os nomes mais em evidência n jornalismo e na literatura.

Daí por diante a matéria oficial figura, destacadamente, em todos os jornais, cujo espaço rareia para outro tipo de noticiário. O braço da censura quase não precisa se fazer sentir. Era a técnica de estado totalitário, que Lourival Fontes observara junto a Mussolini, em sua visita à Itália.

O ano de 1938 iniciou-se com um pronunciamento de Vargas, assegurando ao povo a decisão de libertar o Brasil da dependência dos agentes das finanças internacionais. Uma rede de comunicações difundiu a mensagem presidencial por todo o país. No dia 3 de janeiro, a “Hora do Brasil” passou a ser irradiada das vinte às 21 horas, ocupando toda a rede radiofônica nacional.

Em 21 de novembro de 1941 nascia no Rio Grande do Sul o Sindicato dos Jornalistas Profissionais, balizado pela nova lei sindical, lei esta que ficou

conhecida pela tutela estatal, apelidada de “peleguismo”, devido ao favorecimento da ascensão de elementos partidários do governo nos postos de comando dos sindicatos.

2.4.6 A Justiça do Trabalho e a Consolidação das Leis Trabalhistas

O projeto de Vargas incluía a criação de um tribunal especial, destinado a julgar as questões da relação entre o capital e o trabalho. Para tanto, na constituição de 1934 ficou instituída sua existência. Para organizá-la, em outubro de 1935, o Ministro do Trabalho, Agamenon Magalhães, submete ao presidente o anteprojeto de sua organização, que, em 1º de dezembro de 1936 submete à Câmara dos Deputados:

“Enviado à Comissão de Justiça da Câmara, teve como relator o Deputado Valdemar Ferreira, que elaborou novo anteprojeto, submetido ao plenário, como projeto, de autoria do Deputado Barreto Pinto.”
(Vianna, 1993, p. 65).

Passaram-se alguns anos e somente depois de decretado o Estado Novo é que a Justiça do Trabalho saiu do papel. Foi no dia 2 de maio de 1939, um dia depois do Dia do Trabalhador. Em seu artigo 1º define-se este Tribunal: “Os conflitos oriundos das relações entre empregadores e empregados, regulados na legislação social, serão dirimidos pela Justiça do Trabalho”.

Também é mister destacar a criação da Consolidação das Leis Trabalhistas, documento-símbolo da conclusão da obra trabalhista de Getúlio Vargas, que foi datada de 31 de março de 1943. Este código reunia as determinações legais para a regulamentação do trabalho e previdência social,

instrumentos que são de suma importância para o marco regulatório da economia estatal, haja vista que cria-se com isto o sistema de arrecadação contributiva sobre o trabalho assalariado, que é uma das balizas da previdência social, que vem a garantir a aposentadoria instituída pelo código trabalhista.

2.5 Análise do Período

Quando chegamos ao fim do Estado Novo, com o golpe militar de 29 de outubro de 1945, a nação já sofrera muitas transformações. Era o período mais longo de nossa história onde apenas um presidente governou. Getúlio Vargas transformou as estruturas sociais do Brasil e criou a categoria de trabalhador dentro da legislação nacional. Era um estadista visionário, tanto quanto autoritário e maquiavélico, possuía defeitos como qualquer ser humano, mas vão-se os homens e ficam as obras. No primeiro governo de Vargas, que voltaria à Presidência em 1951 pelo voto direto, tudo que hoje herdamos em termos de relações de capital e trabalho foi instituído. Era uma época cruenta, com a Grande Depressão marcando as nações de todo o mundo para a catástrofe da Segunda Grande Guerra. Vargas tinha o sonho de libertar o Brasil da dependência econômica internacional, que nascera oficialmente na República – por que sempre se dependera do exterior em questões financeiras desde os tempos de colônia - com o *funding-loan* e a derrocada da economia cafeeira. Nesse período nasce também a Comunicação Social, através da institucionalização da mesma. Esta última foi marcada pela difusão de idéias em massa, de caráter governamental e totalitária, mas que gravaria para sempre a potência do aparato de comunicação em rede nacional.

Em nosso estudo, cabe destacar este período histórico e mais a época que a Ditadura Militar subiu ao poder. Por quê? São movimentos que têm raízes em princípios comuns, ao mesmo tempo que situados em períodos diversos da nossa história. De fato, durante esses dois períodos ditatoriais foram se moldando as bases da profissão de comunicador social nas três áreas de interesse deste estudo: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas.

2.6 Datas importantes entre 1945 e 1964

São datas importantes para a organização das categorias profissionais no ramo de comunicação social a criação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), fundada em 4 de março de 1954 e a fundação da ARP – Associação Riograndense de Propaganda, em 1956.

2.7 O Golpe Militar de 1964

Após o presidente Jânio Quadros renunciar em 1963, instaurou-se um clima de verdadeira panacéia na política brasileira. De um lado Carlos Lacerda, governador da Guanabara (atual Rio de Janeiro), e os próceres da UDN – partido que elegeu Jânio Quadros – uniam-se em torno do consenso de que o líder trabalhista João Goulart, ou simplesmente Jango, não poderia assumir. Não é objetivo deste trabalho discutir o golpe mais duro que sofreu a democracia brasileira, contudo alguns eventos são importantes para elucidar as motivações que criaram a conjuntura do golpe de 1964.

Desde o suicídio de Getúlio Vargas em 24 de agosto de 1954, a classe militar mostrou-se dividida em correntes divergentes. Foi no período em que o vice de Vargas, Café Filho, convalesceu-se de um mal circulatório, que ocorreu um episódio conhecido como “A Novembrada” ou o “Discurso do Cemitério”, na ocasião do enterro do general Canrobert Pereira da Costa. Fora um discurso proferido pelo coronel Jurandir Mamede, no dia 1º de novembro de 1955. Nas suas palavras o coronel concitou as Forças Armadas a engajarem-se na defesa das instituições brasileiras, ameaçadas pela conjuntura interna e externa, esta última, sobretudo, sob o manto do comunismo soviético⁸.

Desde então, por diversas oportunidades, tentativas de mobilização nos quartéis foram sentidas. Quando Jânio Quadros renuncia à presidência, depois de ter condecorado o líder guerrilheiro Ernesto “Che” Guevara em Brasília, ícone comunista das Américas, chegaria ao poder João Goulart, líder trabalhista considerado radical, herdeiro político de Vargas. No momento da renúncia, Jango estava em visita à China, depois de ter visitado a União Soviética quando era vice de Juscelino Kubitschek. Por tudo isso, Jango encarnava o elemento comunista, que viria a subverter a ordem nacional e implantar o regime de influência soviética. Essa era a pintura feita pelos líderes das outras correntes políticas – principalmente a UDN e o PSD – e pelos militares. Contudo, nos princípios morais das Forças Armadas sempre esteve o respeito às instituições nacionais, e o peso desse valor foi muito bem conduzido pelo governador gaúcho, Leonel de Moura Brizola, para trazer João Goulart de volta ao país e empossá-lo na presidência. Foi o episódio conhecido como a “Cadeia da Legalidade”, transmitida por uma série de emissoras de rádio

⁸ Nossos oficiais eram treinados na escola Superior de Guerra dos Estados Unidos desde a Primeira Guerra Mundial através de programas de intercâmbio. Essa disciplina, que foi acentuada na Segunda Guerra Mundial, inclusive com a instalação de uma base militar no Ceará servindo de entreposto para a ação militar dos aliados na África, norteou os princípios políticos das Forças Armadas, notadamente dos chefes militares do nordeste, que viriam a encabeçar a revolução de 64. Por isso a grande campanha contra a figura política de Jango.

encampadas por Brizola diretamente do Palácio Piratini, sede do governo estadual. Essa força da comunicação, que em 63 garantiu a posse do vice-presidente eleito, vai ser justamente o que vai definir a queda de Jango em 31 de março – ou 1º de abril, como se discute, pois Jango nesse dia ainda encontrava-se em solo brasileiro e não poderia ter sido legalmente impedido de sua investidura – de 1964. Foi com a interrupção dos canais de comunicação do Palácio das Laranjeiras, onde estavam o presidente e seus assessores, que o levante militar pode dominar a resistência oficial, que não conseguia arregimentar apoio e ficou sem dar resposta a todo o território nacional. Este é, sem dúvida, outro ponto crucial da importância dos meios de comunicação, que prescindiram e determinaram uma virada sem precedentes no sistema político brasileiro. O governador Lacerda mandou que os caminhões que faziam o recolhimento de lixo na capital bloqueassem o acesso ao palácio pelas ruas cercanas. Como o levante partiu de Minas Gerais, era possível que as forças legalistas conseguissem impedir o sucesso da revolução com a mobilização das suas bases. A conjuntura revolucionária lembrava 1930: três Estados, ou melhor, os governadores de três unidades, conspiravam contra o Governo Central, utilizando a máquina e as milícias estaduais. Dois deles repetiam a aliança com que se derrubou o presidente Washington Luís: Minas Gerais, outra vez liderando a conspiração e o Rio Grande do Sul. Embora terra natal do presidente, o Estado sulino tinha em seu governo um adversário de Jango e, principalmente, de seu cunhado Leonel Brizola. O terceiro Estado era São Paulo, muitas vezes mais poderoso que a “pequenina e heróica” Paraíba dos idos de 30. (SILVA, 1998, vol. XIX, p. 111).

Acontecimentos pontuais foram determinantes para a explosão da revolução militar, num dos mais importantes, o professor Hélio Silva relata:

“No dia 5 de maio de 1963, o deputado Leonel Brizola foi ao Nordeste, em campanha política. Desembarcou no aeroporto de Natal, acompanhado pelos deputados Murilo Costa Rego e Lamartine Távora e do engenheiro Herber Maranhão. Recebido pelo prefeito local, Djalma Maranhão, dali seguiu para a residência de Herber Maranhão, onde jantou e deu entrevista. Na ocasião afirmou ser aquele mês decisivo para as reformas de base e que não recuaría, em hipótese alguma, da pregação nacional que vinha fazendo.

Sua visita àquela cidade se prendia a um convite da Frente Nacionalista do rio Grande do Norte para falar, em sua sede, no Fórum de Debates. Ao chegar à sacada do prédio, foi aclamado por uma multidão que aguardava sua palavra. A Rádio Mairynk Veiga comandava uma cadeia de emissoras nacionais que transmitiram para todo o país seu discurso e do prefeito. Os oradores criticaram a presença do embaixador dos Estados Unidos, Lincoln Gordon, no Nordeste e o programa da Aliança para o Progresso. Brizola teceu considerações em torno da situação nacional insistindo nas reformas de base. Referindo-se às Forças Armadas, fez alusão pessoal ao general Antônio Carlos Muricy, comandante da guarnição local. Acusou-o de gorila e golpista, chamando a atenção do povo natalense para aquele militar que, segundo o orador, nos acontecimentos da renúncia de Jânio Quadros, ‘fugira de Porto Alegre para não ser preso’. Fez apelos aos soldados do exército, marinha e aeronáutica para que pegassem em armas, em defesa das reformas de base. Declarou ser necessário ‘colocar mais fogo na fogueira e aumentar a pressão contra o Congresso para conseguir a aprovação das reformas indispensáveis à vida brasileira’.

No discurso que durou uma hora e 45 minutos e foi ouvido pela massa popular através de uma rede de alto-falantes o ex-governador gaúcho conclamou o povo a se unir em células de cinco pessoas, que por sua vez deveriam multiplicar-se. A finalidade das células seria uma resistência às insolências e abusos dos ‘gorilas’ que, segundo ele, estariam por toda a parte, tramando o golpe.

E Brizola disse mais, que apresentaria ao presidente da República uma ‘representação contra o embaixador Gordon’, considerando-o persona non grata ao Governo brasileiro, pois agia em nosso país, como ‘autêntico inspetor de colônias’. Também atacou a Aliança para o Progresso e concitou o povo a expulsar do país os ‘agentes do imperialismo ianque’”. (SILVA, 1998, vol.XIX, pp. 73-74).

Não eram tempos fáceis. Jango pregava as reformas de bases como meta fundamental de sua administração. Na nossa opinião, era um visionário: a história oficial tratou de taxá-lo de “populista”, pois quando ainda era Ministro do Trabalho de Vargas, dobrou o valor do salário mínimo para fazer cumprir a lei. Essa marca em sua carreira passou a castigá-lo desde então, tanto que a pressão política por seu ato naquela ocasião fez com que ele se afastasse do ministério. Na verdade esta atitude era tão-somente o cumprimento da constituição brasileira. Jango enfrentou a pressão externa na ONU, alegando que os capitais estrangeiros só

interessariam ao país se fossem para gerar riqueza para o Brasil. Este discurso em nossa opinião foi a atitude mais corajosa que um representante brasileiro já teve diante do mundo desenvolvido. Contudo, representava uma ameaça a determinados setores. E no Brasil dos anos da Guerra Fria, a relação da figura política com a corrente comunista encerrou diversas carreiras parlamentares⁹.

2.8 A Repressão e a Regulamentação

Chegar ao período da ditadura militar brasileira expondo fatos relevantes das representações trabalhistas e de classe é importante para contextualizar o objeto desse estudo. Uma vez que os militares assumiram o poder, trataram de aperfeiçoar o modelo monopolista dos meios de comunicação. Foi no período da ditadura que se regulamentaram as profissões de Publicitário, Relações Públicas e Jornalista, esta última sofrendo modificações no período menos democrático que se pode conhecer, quando o presidente Costa e Silva adoeceu e seu vice, Pedro Aleixo, que era civil, não pôde assumir por conta da intervenção da Junta Militar, formada pelos ministros militares (Decreto-lei nº. 972, de 17 de outubro de 1969)¹⁰. Era o auge da repressão com centenas de prisões, fechamento de congressos estudantis e censura à imprensa.

Antes, no dia 18 de junho de 1965 o presidente Humberto de Alencar Castelo Branco sancionou a lei nº. 4.680 (anexo I), que dispunha sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda, regulamentada pelo

⁹ A resistência ao golpe de 64 foi discutida numa reunião entre Jango, Brizola e o Comando Militar. Naquele momento, Jango já sabia que navios americanos se dirigiam à costa brasileira na operação que ficou conhecida como “Brother Sam”. A índole do presidente, apesar do incentivo à resistência por parte dos integrantes da reunião, fez com que o curso da história sofresse um desvio até hoje sentido nos mais amplos aspectos da nossa vida cotidiana. Para um maior esclarecimento dos fatos marcantes da vida política de João Goulart, recomendamos o filme “Jango”, dirigido por sua filha e biógrafa Denize.

¹⁰ Leis e decretos na íntegra, vide Anexo I

Decreto nº. 57.690, de 1º de fevereiro de 1966. Entre esses dois eventos foi editado o Ato Institucional nº.2, que iniciava a ampliação dos poderes presidenciais:

“O AI-2 simplifica os procedimentos para a mudança constitucional, reserva ao presidente da República a iniciativa de leis que criem cargos, funções ou empregos públicos, ou leis que aumentem vencimentos ou a despesa pública, e limita prazos para discussão na Câmara e no Senado dos projetos de lei apresentados pelo Executivo. Aumenta-se o número de juízes do Supremo Tribunal Federal e do Tribunal Federal de Recursos [hoje Supremo Tribunal de Justiça] e estende-se a competência da Justiça Militar para crimes contra a segurança nacional. É estabelecida a eleição indireta para presidente e vice-presidente da República.

O presidente ganha o poder de decretar o estado de sítio por 130 dias. São suspensas as garantias constitucionais de vitaliciedade, inamovibilidade e estabilidade de funções e cargos.

O presidente tem, por prazo ilimitado, o poder de suspender direitos políticos por dez anos e de cassar mandatos legislativos federais, estaduais e municipais. Determina que suplentes não poderão substituir os legisladores cassados. Amplia-se a possibilidade de intervenção federal nos Estados. Os partidos políticos existentes são extintos. O Ato Institucional nº. 2 exclui os atos que nele se baseiam de qualquer apreciação judicial.”

(SILVA, 1998, vol. XX, pp. 65-66).

Esta medida do governo inaugurou o novo sistema partidário, com a ARENA representando o partido governista e o MDB (Movimento Democrático Brasileiro) a oposição. Evidentemente que não se pode considerar esta estrutura como um partidarismo efetivo. Muitos mandatos foram cassados e políticos exilados. A repressão acentuou-se nos anos que se seguiram.

Já estávamos sob o governo do general Arthur da Costa e Silva quando, a 11 de dezembro de 1967 foi sancionada a lei nº. 5.377, que disciplina a profissão de Relações Públicas. Já demonstramos neste trabalho que a atividade de relações públicas já fora amplamente executada no período Vargas, sob o comando de jornalistas, escritores e políticos. Ganhava agora uma lei e um regulamento (Decreto nº. 63.283, de 26 de setembro de 1968) tal profissão.

Como já dissemos anteriormente, a última regulamentação profissional de interesse desta pesquisa se deu no período em que a junta militar assumiu o comando da nação depois da doença do presidente Costa e Silva.

2.9 Análise do Período

Todo este levantamento histórico é de suma importância para quem deseja traçar um perfil dos profissionais hoje atuantes no mercado de comunicação social. Pois, numa análise simples, já se pode inferir que justamente nos momentos políticos onde a liberdade de expressão fora mais tolhida com censura de diversos tipos, fechamento de empresas, cassação de registros profissionais, prisões e exílios é que se criaram as “regras para o jogo”. Não é papel deste trabalho deflagrar uma contestação aos estatutos legais que regem os trabalhos de Jornalistas, Publicitários e Relações Públicas, apenas se pretende aqui aprofundar a discussão histórica e levantar possíveis indícios de problemas relativos ao crescimento do mercado de comunicação. Cada vez mais na história do Brasil República se encontram pontos onde a comunicação institucionalizada exerceu papel preponderante nos destinos da nação. Hodiernamente, muitos outros canais ampliaram a atividade e a importância desta comunicação, inclusive sendo ela suplantada pela comunicação das organizações capitais, que representam hoje a grande força de investimentos no setor.

Tal análise poderia ser ampliada diversas vezes caso nos detivéssemos em todos os grandes impulsos que a comunicação sofreu ao longo do último século. Porém, e esse ponto representa enorme influência em qualquer

trabalho sério nesta área, a grande rede mundial que se consolida a cada dia em nossos tempos é de onde queremos estabelecer o parâmetro comparativo. Não se pode analisar as atividades do profissional de comunicação sem levar em consideração o advento desta nova ferramenta, representada principalmente pela internet, invenção do exército norte-americano para facilitar a comunicação de sua rede e que nos dias de hoje assume importância fundamental no ritmo de comunicação das organizações dos mais diversos ramos.

Nosso estudo permite concluir que na sucessão de tecnologias de comunicação o Brasil tende a seguir a cartilha americana, representando um posto de implantação dos mecanismos criados nos Estados Unidos. Tal posição ganha força se analisarmos que nosso principal parceiro comercial são os Estados Unidos, tanto no que diz respeito ao número de exportações para aquele país quanto no investimento realizado por empresas estrangeiras no Brasil. Fica muito claro entender alguns pontos da nossa história recente se notarmos que os presidentes Vargas e Jango tomaram as medidas mais drásticas com relação a penetração do capital americano no Brasil. Foi no governo de Vargas que se fez a indústria siderúrgica, com a criação da CSN – Companhia Siderúrgica Nacional. Também é obra de Vargas a Petrobrás, com seu potencial hoje comprovado. Brizola também merece destaque na lista dos políticos que não se curvaram à influência do capital americano: ele encampou a subsidiária da AT&T no Rio Grande do Sul e criou a CRT – Companhia Rio Grandense de Telecomunicações, hoje novamente privatizada. O que dizer de João Goulart? Pouco tempo teve para colocar em prática sua plataforma política, mas a regulamentação da entrada de capitais estrangeiros seria uma das medidas mais explosivas das suas reformas de base. Sem contar

com a questão da Reforma Agrária, que descontentou muitos integrantes da elite rural.

São essas sucessões de fatos que cabem ser analisadas para que nosso objeto de pesquisa, o mercado de trabalho da comunicação, seja inserido dentro de uma perspectiva um tanto política, pois é nesta esfera que são tomadas as decisões que determinam os rumos dos profissionais de um modo geral.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

3.1 Um Novo Ambiente Social

No capítulo anterior tratamos de levantar fatos que ditaram os rumos da criação das categorias profissionais da área de comunicação social. Tais profissões ganham cada vez mais importância com o advento de novas formas e tecnologias de comunicação em massa, notadamente aceleradas com a difusão da internet nos últimos anos. Tais mecanismos ao mesmo tempo ampliam e fragmentam os ambientes de atuação profissional. Em nossa pesquisa procuramos incluir dados que contemplassem o panorama atual dessas tecnologias. Domenico de Masi, sociólogo italiano, percebe muito bem esse novo ambiente ao escrever sua obra intitulada “O Futuro do Trabalho”¹¹. Nela, a sociedade é retratada por suas relações com o trabalho, a evolução dos papéis sociais desempenhados e a perspectiva para a denominada sociedade pós-industrial, que vem a ser o contexto que atravessamos.

“Em poucos anos, a partir da Segunda Guerra Mundial, passou-se da sociedade industrial – centrada na produção em série de bens materiais – à sociedade pós-industrial – centrada na produção de bens não-materiais (informações, símbolos, estética, valores). Paralelamente, o poder passou dos proprietários dos meios de produção aos proprietários dos meios de criação.

O advento pós-industrial provocou um profundo corte epistemológico, isto é, uma visão totalmente inédita da sociedade, da vida, do progresso, dos métodos para compreender e agir. Entre quem já saltou para o novo e aquele que ainda se mantém no velho vai-se interpondo um abismo intransponível. O perfilar com uma ou outra das duas tribos – cada vez mais separadas por idéias, gostos, comportamentos, linguagens, gramáticas e ortografias incomensuravelmente distantes entre si – é determinado pelo posicionamento que cada um de nós assume nos confrontos com a informática e a virtualidade, a biologia, os decibéis, o desemprego, a estética, o sexo, a família, a noite.

¹¹ O autor ficou também conhecido por sua obra “O Ócio Criativo” que fazia referência à importância do descanso para o aumento do rendimento profissional.

Já existe uma massa enorme de pessoas – sobretudo jovens – que pode ostentar uma extraordinária familiaridade com os computadores e com o mundo digital; que acha totalmente normal viver de modo virtual relações intensas (intelectuais, criativas, eróticas), mesmo com pessoas distantes no espaço e no tempo; que reputa providenciais as intervenções da engenharia genética sobre a esfera biológica dos seres humanos; que está acostumada a um nível de velocidade, sons e rumores impensáveis para as gerações precedentes; que acha cada vez mais difícil distinguir as atividades ditas de trabalho daquelas consideradas de lazer; que cultiva sensações estéticas baseadas mais na originalidade e no estupor do que na beleza tranqüilizante do passado; que considera definitiva a paridade entre os sexos; que vive favoravelmente a sua sexualidade como uma variável independente da procriação; que considera a noite como um espaço a colonizar, cada vez mais, com a sua vontade de viver; que percebe instintivamente como as novas divisões de classe passam não mais pelas superequações econômicas, mas pelas superequações intelectuais definidas pela falta de saber.”
(MASI, 2003, pp. 64-65)

Para nossa pesquisa é importante contextualizar o período atual, pois existe um abismo técnico entre o ambiente profissional de hoje e o de 40 anos atrás, quando se regulamentaram as profissões de comunicação social. Um abismo em diversos sentidos, seja na tecnologia, com os computadores executando tarefas de processamento de informações e também tarefas de execução do trabalho em si. Por exemplo: hoje é possível se executar uma campanha publicitária inteira somente usando os recursos da informática até se chegar na produção gráfica de peças e divulgação eletrônica. Ou seja, a execução da atividade de publicitário em si (criação e finalização) não mais passa pelas mesas de desenho e arte-final. É realizada por programas de computação gráfica que simulam o ambiente de criação que caracterizou o trabalho da propaganda antes do surgimento deste recurso. Também a distribuição de informações para assessoria hoje é feita por correio eletrônico e páginas na internet. Sem contar as agências e páginas de notícias, muito mais focadas no ambiente eletrônico do que no meio impresso.

Tudo isso aponta para uma revolução dos costumes e usos.

3.2 A Comunicação Social como Terreno Fértil para Novos Modelos

Neste novo ambiente, surgem como forças emergentes as atividades relacionadas à comunicação. Uma vez que valores estéticos e imagens subjetivas adquirem valor capital, a fixação desses estigmas passa a ser ponto de permanente preocupação para as organizações que competem nesse terreno. Também a atividade governamental precisa institucionalizar de forma efetiva suas comunicações. Surge cada vez mais a necessidade de profissionais capazes de enfrentar e vencer estes desafios. É nos últimos 20 anos que a atividade ganha impulso no Brasil com a ampliação dos meios de comunicação e a volta da liberdade de expressão, assegurada na constituição de 1988.

Essa é a realidade que a nossa pesquisa vai se defrontar. Se por um lado a área de Comunicação Social ascende com a evolução do mundo contemporâneo, a influência das organizações competitivas determina um acirramento da disputa pelas vagas no mercado de trabalho. Nelas, os processos produtivos são cada vez mais automatizados, restando poucas tarefas para os empregados das fábricas, que por sua vez engrossam a massa de desempregados, problema ainda mais grave nos países emergentes, entre eles o Brasil. “Os responsáveis pela organização produtiva, tomados de euforia comercial, em vez de desfrutarem das inovações tecnológicas para produzir os mesmos bens em menor tempo, preferiram produzir sempre mais bens no mesmo tempo, alimentando assim, além do necessário progresso, também uma espiral de consumo caprichoso, destinada, pois, a rebelar-se, mais cedo ou mais tarde, contra a saturação do mercado.” (MASI, 2003 p. 281). Esta massa de novos desempregados e as pessoas que ingressam no mercado de trabalho, naturalmente buscarão colocações nestas

novas atividades que, como a Comunicação Social, tendem a firmar-se no novo paradigma pós-industrial.

3.3 O Ambiente de Pesquisa

Neste trabalho entrevistamos profissionais das três áreas – Jornalistas, Publicitários e Relações Públicas – que encontravam-se em atividade profissional dentro do Estado do Rio Grande do Sul. Em sua maioria, trabalhadores de empresas prestadoras de serviço, as micro e pequenas empresas, que são responsáveis por 98% dos empregos do país. Alguns dos entrevistados eram proprietários da empresa onde trabalhavam. A pesquisa foi realizada entre os meses de Agosto e Novembro de 2005 e entrevistou profissionais de 21 empresas diferentes. Teve como ponto de partida um questionário com 19 questões divididas entre dados pessoais, dados escolares, dados do trabalho, carreira profissional e técnicas profissionais. Foi realizada pela aplicação direta de questionários e também teve uma versão disponibilizada na internet para ser respondida.

Na pesquisa foram levados em conta aspectos do histórico profissional com relação ao tempo de permanência no emprego, os rendimentos, o vínculo empregatício, estágios e também trabalhos exercidos em áreas que não a da comunicação. Também foi ponto importante do trabalho a questão da sobrecarga de atividades, através da realização de hora extra para o cumprimento das tarefas diárias dos profissionais.

Podemos considerar que o ambiente da pesquisa é dos mais dinâmicos, uma vez que a atividade do profissional de Comunicação Social vem se ramificando com o aumento da tecnologia para a comunicação e o advento de novos

canais, notadamente a internet e a telefonia celular. Nessa perspectiva foi possível encontrar atividades que sequer eram imaginadas quando da regulamentação das profissões e que hoje contradizem muitos aspectos constantes na lei, principalmente os referentes à questão do espaço e tempo, como discutimos acima. Essa falta de cobertura legal abre uma lacuna que certamente confunde empresário e profissional, dificultando muitas vezes o estabelecimento das regras e rotinas de conduta dentro das empresas. Esse lapso adicionado à questão também já comentada do aumento da competitividade do mercado gera a mistura explosiva que sindicatos profissionais e conselhos deveriam tomar conta. Hoje pode-se afirmar que, diferentemente de profissões como a engenharia, a medicina e a advocacia, não existe uma reserva de mercado para a atividade de Comunicação Social. Apesar da mesma estar garantida nas leis. (Decreto 972, art. 4º; Lei 4.680, art.8º; Lei 5.377, art. 1º - Anexo I), a fiscalização pelos órgãos competentes é inócua e não gera efeitos. Todas essas variáveis vão se juntar e formar o quadro atual do mercado, conjuntura que mereceria atenção especial por parte dos meios acadêmicos, uma vez que são estes que formam os profissionais realmente aptos a exercer as atividades relativas à Comunicação Social. Neste estudo, fazemos mera contribuição a este tópico, sendo intenção primeira avaliar a situação de um modo mais geral de como se portam os profissionais e qual a sua relação com o mercado.

3.4 Resultados

3.4.1 Gerais de Perfil

Nossa pesquisa pôde revelar dados interessantes sobre os profissionais que atuam no mercado do Rio Grande do Sul. A média de idade dos entrevistados pela pesquisa é de 27 anos e o tempo médio de atuação no mercado de seis anos e onze meses (Anexo III). 52% dos entrevistados são do sexo feminino, enquanto os outros 48% do sexo masculino. Interessante que apenas 5% dos entrevistados tem filho (apenas 1 filho), e 67% se declararam solteiros, contra 28% de casados e 5% de outros estados civis. Destes profissionais, a metade já trabalhou em outras áreas não relacionadas com a comunicação. Isto é um indicativo de que se trazem experiências de outras áreas para dentro do mercado, o que deve influenciar na conduta profissional dentro das empresas, uma vez que a categoria da comunicação social tem peculiaridades únicas, como a matéria-prima do trabalho: transmissão de valores e/ou informações por meio de comunicação direta ou de massa.

3.4.2 Escolaridade

Entre os entrevistados, 3% possuíam o Ensino Médio completo, 22% tem o Ensino Superior Incompleto, enquanto que 47% já o completaram e 27% já possui Pós-graduação. Como tivemos entrevistados (2%) que estavam realizando estágio, podemos dizer que mais de três quartos da amostra encontra-se habilitado legalmente para exercer suas funções, deixando na ilegalidade o restante. É

importante salientar neste ponto que todos os entrevistados desempenhavam funções diretamente vinculadas com as profissões de Comunicação Social, sendo, portanto, passíveis de aplicação das leis vigentes. No Anexo I deste trabalho poderão ser encontradas todas as regulamentações das profissões da área de comunicação social.

3.4.3 Estágios

Outro dado que foi avaliado na pesquisa é a forma de introdução no mercado. Já dissemos que metade dos entrevistados desempenhou funções em outras áreas profissionais antes de atuar no mercado de comunicação, pois apenas 23% não realizou estágios antes de conseguir o emprego atual, o que significa dizer que esta é a porta principal para a entrada no mercado. Desses outros 77% que realizaram estágios, 71% o fizeram com remuneração, 10% exerceram estágio voluntário e 19% praticaram tanto estágios remunerados como voluntários, montando um ponto que deve ser valorizado pelos meios acadêmicos desde que em estudo não se comprove que as vagas abertas para estágios não onerem no fechamento de vagas para profissionais formados, prática que pode caracterizar infração legal se observados os dispositivos regulatórios. Também podemos concluir com este dado que o estágio é o momento que o profissional descobre sua aptidão para atuar no mercado.

3.4.4 Dados do Emprego Atual

Ponto central da nossa pesquisa, os dados do emprego em curso (em alguns casos o trabalhador era autônomo) mostram um recorte da situação atual dos entrevistados. A começar pela média de tempo no atual emprego: 27,35 meses. Ou seja, pouco mais de dois anos. Perguntamos se haviam trabalhado para outras empresas nos últimos cinco anos e a resposta foi sim para 70% dos entrevistados, com uma média de 2,6 empresas diferentes por pessoa. Nesse ponto conseguimos provar que o mercado é extremamente volátil, com perspectiva de empregos que não ultrapassam os 3 anos. Esse dado é sob muitos aspectos preocupante, pois não garante uma carreira estável ao profissional da área ao mesmo tempo que coloca a pressão externa do desemprego sempre à porta de saída das empresas.

Nossa pesquisa investigou também alguns fatores do dia-a-dia dos trabalhos, dentre eles o que mais chama a atenção é a “Hora Extra”. Cabe aqui reproduzir um trecho do livro “O Futuro do Trabalho”:

“Todos estamos convencidos, talvez com razão, de que os ministérios são locais de trabalho onde quase ninguém trabalha. Entretanto, as empresas, sobretudo as privadas, têm fama de máquinas de tortura cerebral, onde a grande maioria dos funcionários é forçada a ficar no escritório até tarde da noite para digerir suas cargas de trabalho, excessivas por definição. Na maioria dos casos, esse trabalho extraordinário não é nem remunerado e adquire todo o sabor de um sacrifício espontaneamente oferecido à empresa, em sinal de fiel integração e com a tácita esperança de se obter vantagens de carreira. [...]

No grande teatro que chamo de hora extra, milhões de funcionários simulam sobrecarga de trabalho, iludidos de serem indispensáveis à empresa, convencidos de que o tempo nunca é suficiente para eles, treinados para esticar ao longo de dez horas tarefas que poderiam realizar em cinco, a tal ponto alienados que levam trabalho para fazer em casa, nos fins de semana, diante dos filhos já negligenciados ao máximo.[...]

As causas principais deste paradoxo são três. A primeira é de caráter histórico. A preocupação com os horários consolidou-se nas velhas empresas manufadoras, onde a maioria dos trabalhadores era constituída de operários dedicados às linhas de montagem e onde em tantos minutos se produziam tantas peças. Para comodidade organizacional, o controle minucioso do tempo foi estendido das oficinas para os escritórios, onde os empregados subalternos desenvolviam centenas de práticas por dia, todas iguais e por isso sujeitas aos mesmos métodos adotados para a produção dos parafusos. Sempre por comodidade dos administradores de pessoal,

os mesmos métodos são hoje aplicados ao trabalho profissional e funcional que, embora produzindo idéias e não parafusos, é ainda assim tratado como se a sua produção fosse diretamente proporcional ao tempo transcorrido entre as quatro paredes do escritório.

A segunda causa é de ordem tecnológica. As máquinas automáticas reduziram o tempo necessário para produzir parafusos. As máquinas eletrônicas reduziram o tempo necessário para produzir idéias: apesar disso, o tempo em que os funcionários permanecem no escritório não foi alterado, em favor da sua natureza conservadora e do ódio que eles nutrem pela vida familiar, oportunamente deixada à hegemonia da mulher.

A terceira causa é de ordem cultural. Desde seus primeiros dias na empresa, os funcionários são submetidos a um rito de iniciação ao trabalho prolongado. Quando, ao cumprir as oito horas contratuais, o recém-admitido arruma a escrivaninha e se prepara para a saída, os olhares severos dos mais antigos fazem-no perceber que a sua carreira está ligada à quantidade de tempo extra-horário que esteja disposto a oferecer ao chefe. Assim o recém-admitido se habitua aos poucos a prolongar a sua permanência diária no recinto da empresa, mesmo não tendo tarefas urgentes a executar.”

(MASI, 2003, pp. 36-37)

Tendo em vista estas colocações, reproduzimos aqui o dado extraído de nossa pesquisa: 82% dos entrevistados declarou que faz hora extra, sendo que destes, 55% por cento a faz todos os dias (6%), ou mais de uma vez por semana (49%); dos outros, 33% declarou que faz hora extra uma vez por semana e 12% uma vez por mês. Dessa prática não podemos extrair conclusões mais corretas com relação às causas, mas estudos como o citado acima dão conta que provavelmente a carga excessiva de horário é devida a fatores extra trabalho. Essa pressão externa pela permanência dentro das empresas é vício um tanto quanto condenável nas práticas profissionais do setor. A legislação dos Jornalistas, por exemplo, fixa a jornada diária em cinco horas, o que alguns entrevistados declararam como utópica em seus comentários, inclusive criticando a lei. Importante também é salientar o que tange a questão das vagas no mercado de trabalho. Quanto mais uma pessoa se ocupa de atividades extra horárias, menos vagas haverão, o que por conseguinte tornar-se-á fator de ameaça do próprio emprego. É muito difícil lidar com uma questão desta natureza, mas em nosso estudo cabe ressaltar este contraponto no mínimo inusitado.

Também podemos trazer como fator preocupante em relação ao mercado de trabalho o que diz respeito às garantias legais dos contratos de trabalho. Entre nossos entrevistados, apenas 39% tinha a Carteira de Trabalho assinada, o que significa dizer que as garantias de seguridade social associadas a este regime contratual são privilégios da minoria dos trabalhadores. Os outros estão divididos entre Prestadores de Serviço Pessoa Jurídica (27%), um recurso bastante recorrente, utilizado pelas empresas que contratam para evitar os encargos sociais do vínculo empregatício, também os Prestadores de Serviço Pessoa Física (8%), que deve recolher por conta própria os encargos de previdência, ficando a empresa responsável por depositar a contribuição social. Também aparecem os proprietários das empresas: 17%; os estagiários 3%; os cooperativados 3% e os sem vínculo 3%. Também aqui é possível notar que a legislação vigente não está sendo cumprida.

Seguindo adiante vamos tocar na questão dos rendimentos dos entrevistados. Nosso parâmetro foi o salário mínimo. Em valores de hoje o salário mínimo regional é de trezentos e setenta e quatro reais. Nesse patamar, dividimos as faixas salariais em zero a dois salários, dois a quatro salários, quatro a seis salários, seis a oito salários e mais de oito salários. Situados na faixa mais baixa de rendimentos (0 a 2 salários), tivemos 8% dos entrevistados, na faixa acima (2 a 4), 30%, na seguinte (4 a 6), 32%, de seis a oito salários 10%, e ganhando mais de oito salários estavam 20% dos entrevistados. Isso de certa forma corresponde aos pisos salariais indicados para Jornalistas (R\$ 1.135,00 na capital; R\$ 923,00 no interior. Fonte: <http://www.jornalistas-rs.org.br>) e para Relações Públicas (R\$ 1.434,00 na capital; R\$ 1.040,00 no interior. Dados de sugestão. Fonte: <http://www.sindicatordp-rs.org.br>) se considerarmos a faixa salarial média apurada na pesquisa. Contudo, ao perguntar se os entrevistados possuíam filiação com algum sindicato profissional,

tivemos mais uma desagradável surpresa: 70% não possuía qualquer vínculo com sindicato, sendo que este número aumenta se considerarmos que mais 13% apenas possui o registro profissional no Conselho Regional de Relações Públicas, totalizando 83% dos entrevistados, número semelhante aos praticantes de hora extra. Ainda agrava o quadro o fato de que 3% dos entrevistados desconhecia a existência de sindicato e 8% desistiu da sindicalização. O número de não filiados desinteressados com a sindicalização foi de 54%, a maior parte do grupo.

Estes dados reforçam a teoria de fragmentação da categoria profissional, não podendo saber se a responsabilidade é da organização sindical ou então é uma característica do profissional tal desinteresse.

3.4.5 Técnicas Profissionais

A última parte da nossa pesquisa é relativa aos meios e técnicas para comunicação no trabalho. Selecionamos uma série de atividades e meios de comunicação e pedimos que os entrevistados atribuíssem um grau de importância para cada um dos itens na execução das tarefas do seu trabalho diário, sendo 1 para pouco importante e 5 para muito importante. Os resultados foram os seguintes, por média harmônica dos itens: telefone fixo 3,9; telefone celular 3,5; SMS/Torpedos 1,6; fax 2,2; e-mail 4,7; reuniões internas 3,8; reuniões com clientes 3,4; teleconferência 1,4; mensagens instantâneas pela internet (MSN, ICQ, etc.) 2,8.

Cabe comentar aqui a liderança do e-mail como ferramenta mais importante para a comunicação profissional. Este dado abre uma série de implicações interessantes, ainda mais se notarmos o curto espaço de tempo que esta ferramenta tem na vida das organizações. Muito deve-se à facilidade e

conveniência operacional desta modalidade de comunicação interpessoal e não esquecendo-se também das múltiplas aplicações dela, como o envio de arquivos só para citar um exemplo. Aliado ao baixo custo, uma vez que a estrutura das empresas conta com internet em 100% dos casos, o e-mail protagoniza o maior índice da revolução provocada pela rede mundial de computadores. Não é de se estranhar que muitos profissionais tenham suas atividades baseadas nessa ferramenta, pois o método da comunicação registrada há muito é a documentação mais importante para as organizações estabelecerem os mecanismos de controle do desempenho dos seus pares.

Ainda na parte de técnicas profissionais abordamos os entrevistados para apurar o quanto as novas ferramentas de comunicação estão tratando de desvincular o espaço e o tempo ao trabalho. Baseados na definição de teletrabalho de Domenico de Masi, que defende a ampliação desta modalidade de trabalho perguntamos aos entrevistados: seu trabalho está vinculado com o espaço físico da empresa¹²?

37% responderam: sim, minhas tarefas estão vinculadas a minha presença na empresa;

18% responderam: sim, porque somente na empresa eu encontro a estrutura necessária ao desenvolvimento das minhas atividades;

32% responderam: está vinculado parcialmente. Algumas tarefas independem da minha presença na empresa;

8% responderam: está pouco vinculado. Possuo estrutura para desenvolver a maioria das tarefas independentemente de estar dentro da empresa e;

¹² O questionário na íntegra está no Anexo II deste trabalho.

5% responderam: praticamente todas as minhas tarefas independem da presença dentro da empresa.

Estas respostas são indícios do que levantamos anteriormente, que passamos por um momento de transição cultural entre uma sociedade fundada nos princípios tayloristas de produção em massa para uma sociedade pós-industrial, onde tempo e espaço não serão fatores indispensáveis à realização do trabalho. A comunicação social é um setor naturalmente identificado com esta tendência, uma vez que trabalha com tecnologias de ponta e prescinde de máxima eficiência na troca de informações, portanto dita rumos para a organização moderna e deve tomar as rédeas do processo que desencadeará o novo conceito para o trabalho que produz idéias.

Esta pesquisa permite concluir que estas mudanças já se encontram em curso dentro do ambiente pesquisado, se levarmos em conta que o Brasil de modo geral é um país que não toma a frente nos rumos das mudanças organizacionais, os resultados apurados sugerem que, no caso particular da comunicação social, as barreiras culturais e tecnológicas estão ruindo num ritmo acelerado.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela defesa de uma nova forma de pensar o trabalho

É mais do que certo que a atual situação do mercado da comunicação social acompanha o ritmo de saturação verificado em tantas outras pesquisas dentro do mercado de trabalho. Já não é mais possível trabalhar com os instrumentos do passado e devemos buscar uma alternativa para que os problemas sejam resolvidos. Aqui fazemos algumas sugestões nesse sentido.

A primeira delas é sobre o que diz respeito aos contratos de trabalho e regulamentação profissional. É preciso, em nossa opinião, que se tenha um conselho profissional de comunicação social efetivo, que junto com as associações existentes elabore uma carta de intenções e busque as reivindicações junto aos poderes competentes. Somente com o registro sério e eficaz dos profissionais e das empresas é que o mercado ganhará a estigma de seriedade de que tanto ele carece. Os profissionais devem unir-se em torno de um objetivo comum para salvaguardar suas premissas de atuação e fazer cumprir a legislação.

Ainda neste ponto é preciso conscientizar os empresários de que ao não contratar formalmente um trabalhador se está incorrendo num crime contra a ordem social do país. Pois num sistema de proteção social é necessário que se recolham as contribuições que custearão desde o auxílio-doença até a aposentadoria dos trabalhadores.

Também é preciso estabelecer critérios para a aplicação de verbas na comunicação social. Para pensar este ponto, muito ajuda traçar um paralelo com outras profissões que são mais estruturadas, como, por exemplo, os engenheiros.

Numa construção é necessário ter um responsável técnico que responda criminalmente por quaisquer danos oriundos da má conduta dos processos. Não pode ser diferente na comunicação. É preciso que um responsável seja indicado para toda e qualquer ação de comunicação, previstas em lei, nas formas que dispuserem seus artigos. Só assim se construirá uma reserva de mercado e também uma garantia de que a comunicação será profissionalizada.

A segunda sugestão que apresentamos vai para os trabalhadores que fazem parte do mercado: é preciso acabar com a mentalidade de sacrifícios além da cota e começar a buscar uma ecologia que harmonize trabalho e tempo livre. Não é de um maior número de horas dentro da empresa que derivará um melhor desempenho profissional, sem contar que esta atitude é extremamente prejudicial ao resto do mercado, fechando postos de trabalho e obrigando os que estão empregados às torturas da carga horária excessiva. Passa muito pelos administradores esta questão, mas no fundo está a consciência individual do trabalhador, que determina suas prioridades e seu equilíbrio. Nas vivências que tivemos dentro das empresas pudemos encontrar muito mais casos de frustração com o trabalho do que de harmonia. Foram diversas passagens que revelaram a face obscura hoje comprovada pela pesquisa feita neste trabalho. Não é mais possível conceber que se coloque a alegria de viver em segundo plano, pois o motor do trabalho criativo é o sorriso, o jogo, o encontro. A criatividade é a inversão da linearidade, é alimentada pelas vivências diversas, impensáveis dentro de uma organização que lembra mais uma máquina de fabricar rostos tristes e pálidos.

O terceiro ponto que se quer deixar aqui é a perspectiva de ampliação da influência acadêmica sobre o mercado, pois, com o ritmo frenético das inovações, as universidades estão perdendo terreno com relação à práxis diária da labuta

profissional. É preciso que se ensine nas escolas de comunicação ferramentas que ajudem a pensar o novo e aceitar as imposições de uma nova mentalidade que surge com o novo mundo: não é mais possível se manter conteúdos de décadas passadas para a área técnica dos cursos, sob pena de causar escracho por parte dos alunos. Hoje, mais do que nunca, as escolas devem privilegiar as atividades que incentivem o pensar criativo, que discutam as perspectivas que a história nos ensina e que vejam no inédito um desafio para renovar-se a cada instante, pois o mundo hoje gira numa velocidade assombrosa e às vezes é difícil conservar as raízes.

Essas são as colocações que julgamos pertinentes para encerrar este trabalho, que pretende ser apenas uma contribuição no estudo do tema.

REFERÊNCIAS

DE MASI, Domenico. **O Futuro do Trabalho**: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial. Rio de Janeiro: José Olympio, 2003.

VIANNA, S.; MARANHÃO, D.; SÜSSEKIND, A. **Instituições de Direito do Trabalho**, São Paulo: LTr, 1993.

SILVA, Hélio. **História da República Brasileira**, São Paulo: Três, 1998.

HOBSBAWM, Eric J. **Era dos Extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CATANI, Afrânio M. **O que é Capitalismo**, São Paulo: Brasiliense, 1982.

PERUZZO, Cícília K. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista**, São Paulo: Summus, 1986.

ANEXOS

ANEXO I
LEIS E DECRETOS REGULAMENTARES

LEI Nº 4.680, DE 18 DE JUNHO DE 1965.

Dispõe sôbre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

Definições

Art 1º São Publicitários aquêles que, em caráter regular e permanente, exerçam funções de natureza técnica da especialidade, nas Agências de Propaganda, nos veículos de divulgação, ou em quaisquer emprêsas nas quais se produza propaganda.

Art 2º Consideram-se Agenciadores de Propaganda os profissionais que, vinculados aos veículos da divulgação, a êles encaminhem propaganda por conta de terceiros.

Art 3º A Agência de Propaganda é pessoa jurídica, ... VETADO ..., e especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço dêsse mesmo público.

Art 4º São veículos de divulgação, para os efeitos desta Lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe, assim considerados as associações civis locais e regionais de propaganda bem como os sindicatos de publicitários.

Art 5º Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

CAPÍTULO II

Da Profissão de Publicitário

Art 6º A designação profissional de Publicitário será privativa dos que se enquadram nas disposições da presente Lei.

§ 1º Os auxiliares que, nas Agências de Propaganda e outras organizações de propaganda, não colaborarem, diretamente, no planejamento, execução, produção e distribuição da propaganda terão a designação profissional correspondente às suas funções específicas.

§ 2º Nos casos em que profissionais de outras categorias exerçam funções nas Agências de Propaganda, tais profissionais conservarão os privilégios que a Lei lhes concede em suas respectivas categorias profissionais.

§ 3º Para efeitos de recolhimento do Impôsto Sindical, os jornalistas registrados como redatores, revisores e desenhistas, que exerçam suas funções em Agências de Propaganda e outras empresas nas quais se execute propaganda, poderão optar entre o recolhimento para o sindicato de sua categoria profissional ou para o Sindicato dos Publicitários.

Art 7º A remuneração dos Publicitários não Agenciadores será baseada nas normas que regem os contratos comuns de trabalho, assegurando-se-lhes todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

Art 8º O registro da profissão de Publicitário ficará instituído com a promulgação da presente Lei e tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias para aqueles que já se encontrem no exercício da profissão.

Parágrafo único. Para o citado registro, o Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho exigirá os seguintes documentos:

- a) 1 - diploma de uma escola ou curso de propaganda;
- 2 - ou atestado de freqüência, na qualidade de estudante;
- 3 - ou, ainda, atestado do empregador;

b) carteira profissional e prova de pagamento do Impôsto Sindical, se já no exercício da profissão.

CAPÍTULO III

Da profissão de Agenciador de Propaganda

Art 9º O exercício da profissão de Agenciador de Propaganda somente será facultado aos que estiverem devidamente identificados e inscritos nos serviços de identificação profissional do Departamento Nacional do Trabalho ... VETADO ...

Art 10. Para o registro de que trata o artigo anterior, os interessados deverão apresentar:

a) prova de exercício efetivo da profissão, durante, pelo menos, doze meses, na forma de Carteira Profissional anotada pelo empregador, ou prova de recebimento de remuneração pela propaganda encaminhada a veículos de divulgação, durante igual período;

b) atestado de capacitação profissional, concedido por entidades de classe;

c) prova de pagamento do Impôsto Sindical.

§ 1º Para os fins da comprovação exigida pela alínea a deste artigo, será facultado aos Agenciadores de Propaganda ainda não registrada ... VETADO... encaminharem propaganda aos veículos, desde que comprovem sua filiação ao sindicato de classe.

§ 2º O sindicato da classe manterá um registro dos Agenciadores de Propaganda, a que se refere o parágrafo anterior, para o fim de lhes permitir o exercício preparatório da profissão somente no decurso de doze meses, improrrogáveis.

§ 3º O registro da profissão de Agenciador de Propaganda tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (certo e vinte) dias para aqueles que já se encontram no exercício dessa atividade.

CAPÍTULO IV

Das Comissões e Descontos devidos aos Agenciadores e às Agências de Propaganda

Art 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

Parágrafo único. Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos veículos de divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agências de Propaganda, como definidos na presente Lei.

Art 12. Não será permitido aos veículos de divulgação descontarem da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, no todo ou em parte, os débitos não saldados por anunciantes, desde que sua propaganda tenha sido formal e previamente aceita pela direção comercial do veículo da divulgação.

Art 13. Os veículos de divulgação poderão manter a seu serviço Representantes (Contatos) junto a anunciantes e Agências de Propaganda, mediante remuneração fixa.

Parágrafo único. A função de Representantes (Contato) poderá ser exercida por Agenciador de Propaganda, sem prejuízo de pagamento de comissões, se assim convier às partes.

Art 14. Ficam assegurados aos Agenciadores de Propaganda, registrados em qualquer veículo de divulgação, todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

CAPÍTULO V

Da fiscalização e Penalidades

Art 15. A fiscalização dos dispositivos desta Lei será exercida pelo Departamento Nacional do Trabalho, ... VETADO ... Delegacias... VETADO ... Regionais, assim como pelos sindicatos e associações de classe das categorias interessadas, que deverão representar às autoridades a respeito de quaisquer infrações.

Art 16. As infrações ao disposto nesta Lei serão punidas pelo órgão oficial fiscalizador com as seguintes penas, sem prejuízo das medidas judiciais adequadas e seus efeitos como de direito:

a) multa, nos casos de infração a qualquer dispositivo, a qual variará entre o valor da décima parte do salário-mínimo vigente na região e o máximo correspondente a dez vezes o mesmo salário-mínimo;

b) se a infração fôr a do parágrafo único do art. 11, serão multadas ambas as partes, à base de 10 (dez) a 50% (cinquenta por cento) sôbre o valor do negócio publicitário realizado.

Parágrafo único. Das penalidades aplicadas, caberá sempre recurso, no prazo de 10 (dez) dias, ... VETADO ...

CAPÍTULO VI

Disposições Gerais

Art 17. A atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em outubro de 1957, na cidade do Rio de Janeiro.

Art 18. ... VETADO ...

Art 19. ... VETADO ...

Art 20. A presente Lei, regulamentada pelo Ministério do Trabalho dentro de 30 (trinta) dias de sua publicação, entra em vigor na data dessa publicação.

Art 21. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 18 de junho de 1965; 144º da Independência e 77º da República

H. CASTELLO BRANCO

Moacyr Velloso Cardoso de Oliveira

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 21.6.1965

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o artigo 87, item I, da Constituição Federal,

DECRETA:

Art 1º Fica aprovado o regulamento a que se refere o art. 20, da [Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965](#), que a êste acompanha.

Art 2º Este decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 1 de fevereiro de 1966; 145º da Independência e 78º da República.

H. CASTELLO BRANCO

Walter Peracchi Barcellos

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 10.2.1966

DECRETO Nº 57.690, DE 1 DE FEVEREIRO DE 1966

Aprova o Regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

REGULAMENTO PARA EXECUÇÃO DA LEI Nº 4.680, DE 18 DE JUNHO DE 1965

CAPÍTULO I

Dos Publicitários

Art 1º A profissão de Publicitário, criada pela [Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965](#), e organizada na forma do presente Regulamento, compreende as atividades daquele que, em caráter regular e permanente, exercem funções artísticas e técnicas através das quais estuda-se, concebe-se, executa-se e distribui-se propaganda.

Art 2º Considera-se propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias, produtos ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

Art 3º As atividades previstas no Art. 1º dêste Regulamento, serão exercidas nas Agências de Propaganda, nos Veículos de Divulgação ou em qualquer empresa nas quais se produz a propaganda.

§ 1º os auxiliares que, nas Agências de Propagandas e noutras organizações congêneres, não colaborarem, diretamente, no planejamento, execução, produção e distribuição da propaganda, terão a designação profissional correspondente às suas funções específicas.

§ 2º os profissionais de outras categorias, que exerçam funções nas Agências de Propaganda, conservarão os privilégios que a Lei lhes concede, em suas respectivas categorias profissionais.

Art 4º Consideram-se atividades artísticas, para os efeitos dêste Regulamento, as que se relacionam com trabalhos gráficos, plásticos e outros, também de expressão estética, destinados a exaltar e difundir pela imagem, pela palavra ou pelo som, as qualidades e conveniências de uso ou de consumo das mercadorias, produtos e serviços a que visa a propaganda.

Art 5º São atividades técnicas, para os fins do presente Regulamento as que promovem a combinação harmoniosa dos conhecimentos científicos com os artísticos, tendo em vista dar à mensagem publicitária o máximo de rendimento e impacto.

SEÇÃO 1ª

Da Agência de Propaganda

Art 6º Agência de Propaganda é a pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitários, que, através, de profissionais a seu serviço, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

~~Art 7º Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, observadas as Normas Padrão recomendadas pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda.~~

~~Art 7º Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas.~~ [\(Redação dada pelo Dec. nº 2.262, de 26.6.1997\)](#)

Art. 7º Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo

como referência o que estabelecem os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo datadas de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho, todas do ano de 2001, e registradas no Cartório do 1º Ofício de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica da cidade de São Paulo, respectivamente sob nº 263447, 263446 e 282131. ([Redação dada pelo Decreto nº 4.563, de 31.12.2002](#))

Art 8º Consideram-se Clientes ou Anunciante a entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

Art 9º Nas relações entre a Agência e o cliente serão observados os seguintes princípios básicos.

I - A Agência assegurará exclusividade ao Cliente, obrigando-se a não assumir encargo de propaganda de mercadoria, produto ou serviço concorrente, salvo por explícita concordância de seu Cliente.

II - A Agência não executará qualquer plano de propaganda, que represente despesa para o Cliente, sem que este lhe tenha dado sua prévia autorização.

III - A Agência obrigará-se a apresentar ao Cliente, nos primeiros dias de cada mês, uma demonstração dos dispêndios do mês anterior, acompanhada dos respectivos comprovantes, salvo atraso por parte dos Veículos de Divulgação, na sua remessa.

IV - O Cliente comprometer-se-á a liquidar à vista, ou no prazo máximo de trinta (30) dias, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agência.

V - Para rescisão ou suspensão da propaganda, a parte interessada avisará a outra do seu propósito, com a antecedência mínima de sessenta (60) dias, sob pena de responder por perdas e danos, ficando o Cliente impedido de utilizar-se de quaisquer anúncios ou trabalhos criados pela Agência, e esta, por sua vez, proibida durante sessenta (60) dias, de aceitar propaganda de mercadoria, produto ou serviço semelhantes à rescindida ou suspensa.

VI - Sempre que trabalhos ou anúncios criados pela Agência, com aprovação do Cliente, não sejam utilizados ou fôrem cancelados, após curto período de divulgação, embora sem rescisão ou suspensão do contrato, caberá à Agência uma remuneração especial, a título de ressarcimento das despesas que efetuou.

VII - Para dirimir as dúvidas surgidas na fixação do valor de honorários, de reembolso de despesas e de indenizações por perdas e danos, poderão as partes instituir comissão de árbitros, a cargo de três profissionais, indicados de comum acordo, ou por associação de classe com exigência legal.

VIII - A idéia utilizada na propaganda é, presumidamente, da Agência, não podendo ser explorada por outrem, sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454, da Consolidação das Leis do Trabalho.

IX - Nenhum elemento de pesquisa ou estatístico poderá ser deturpado pela Agência ou apresentação de forma capciosa, e sempre que fôr utilizado como fator fundamental de persuasão, será mencionada a fonte de sua procedência.

SEÇÃO 2ª

Do Veículo de Divulgação

Art 10. Veículo de Divulgação, para os efeitos dêste Regulamento, é qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou áudio-visual, capaz de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecido pelas entidades sindicais ou associações civis representativas de classe, legalmente registradas.

Art 11. O Veículo de Divulgação fixará, em Tabela, a comissão devida aos Agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda.

~~§ 1º Comissão é a retribuição, pelo Veículo de Divulgação, do trabalho profissional do Agenciador de Propaganda, sendo vedada sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante. (Revogado pelo Dec. nº 2.262, de 26.6.1997)~~

~~— § 2º Desconto é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação como estímulo à Agência de Propaganda, que dêle não poderá utilizar-se para rebaixa dos preços de tabela. (Revogado pelo Dec. nº 2.262, de 26.6.1997)~~

~~— § 3º Nenhuma Comissão ou desconto será concedido sôbre a propaganda encaminhada diretamente ao Veículo de Divulgação, por qualquer pessoa física ou jurídica que não se classifique como Agenciador de Propaganda ou Agência, definidos no presente Regulamento. (Revogado pelo Dec. nº 2.262, de 26.6.1997)~~

Art 12. Ao Veículo de Divulgação não será permitido descontar da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, mesmo parcialmente, os débitos não liquidados por Anunciantes, desde que a propaganda tenha sido formal e previamente aceita por sua direção comercial.

Art 13. O Veículo de Divulgação poderá manter a seu serviço Representantes ("Contatos") junto aos Anunciantes e Agências de Propagandas, mediante contrato de trabalho.

Parágrafo único. A função de Representante só poderá ser exercida por Agenciador de Propaganda, sem prejuízo do pagamento das comissões a êste devidas, se assim convier às partes.

Art 14. O preço dos serviços prestados pelo Veículo de Divulgação será por êste fixado em Tabela pública, aplicável a todos os compradores, em igualdade de condições, incumbindo ao Veículo respeitá-la e fazer com que seja respeitada por seus Representantes.

Art 15. O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda.

Art 16. O Veículo de Divulgação ficará obrigado, perante o Anunciante, a divulgar a matéria autorizada, no espaço ou no tempo contratado, de acôrdo com as especificações

estabelecidas, não podendo o Anunciante, em qualquer caso, pretender influir na liberdade de sua opinião editorial.

SEÇÃO 3ª

Da Ética Profissional

Art 17. A Agência de Propaganda, o Veículo de Divulgação e o Publicitário em geral, sem prejuízo de outros deveres e proibições previstos neste Regulamento, ficam sujeitos, no que couber, aos seguintes preceitos, genêricamente ditados pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda a que se refere o art. 17, da Lei 4.680, de 18 de junho de 1965:

I - Não é permitido:

- a) publicar textos ou ilustrações que atendem contra a ordem pública, a moral e os bons costumes;
- b) divulgar informações confidenciais relativas a negócios ou planos de Clientes-Anunciantes;
- c) reproduzir temas publicitários, axiomas, marcas, músicas, ilustrações, enredos de rádio, televisão e cinema, salvo consentimento prévio de seus proprietários ou autores;
- d) difamar concorrentes e depreciar seus méritos técnicos;
- e) atribuir defeitos ou falhas a mercadorias, produtos ou serviços concorrentes;
- f) contratar propaganda em condições antieconômicas ou que importem em concorrência desleal;
- g) utilizar pressão econômica, com o ânimo de influenciar os Veículos de Divulgação a alterarem tratamento, decisões e condições especiais para a propaganda;

II - É dever:

- a) fazer divulgar, somente acontecimentos verídicos e qualidades ou testemunhos comprovados;
- b) atestar, apenas, procedências exatas e anunciar ou fazer anunciar preços e condições de pagamento verdadeiros;
- c) elaborar a matéria de propaganda sem qualquer alteração, gráfica ou literária, dos pormenores do produto, serviço ou mercadoria;
- d) negar comissões ou quaisquer compensações a pessoas relacionadas, direta ou indiretamente, com o Cliente;
- e) comprovar as despesas efetuadas;

f) envidar esforços para conseguir em benefício do Cliente, as melhores condições de eficiência e economia para sua propaganda;

g) representar, perante a autoridade competente, contra os atos infringentes das disposições deste Regulamento.

SEÇÃO 4ª

Da Remuneração, do Registro da Profissão e do Recolhimento do Impôsto Sindical

Art 18 Aplicam-se ao Publicitário as disposições da Legislação do Trabalho e da Previdência Social.

Art 19 Será obrigatório o registro da profissão de Publicitário, perante o Serviço de Identificação Profissional, do Ministério do Trabalho e Previdência Social.

Parágrafo único - Serão exigidos, para o registro, os seguintes documentos:

a) diploma ou atestado de frequência (na qualidade de estudante), expedido por estabelecimento que ministre o ensino da propaganda, ou atestado de habilitação profissional fornecido por empregador publicitário;

b) carteira profissional e prova do pagamento do impôsto sindical, se já no exercício da profissão.

Art 20. Para efeito de recolhimento do impôsto sindical, os jornalistas registrados como redatores, revisores e desenhistas, que exerçam suas funções em Agências de Propaganda e outras emprêsas, nas quais executem propaganda, poderão optar pelo desconto para a entidade representativa de sua categoria profissional ou para a dos Publicitários.

CAPÍTULO II

Dos Agenciadores de Programa

Art 21. A profissão de Agenciador de Propaganda instituída pela Lei número 4.680, de 18 de junho de 1965, e disciplinada pelas disposições deste Regulamento, abrange a atividade dos que, vinculados aos Veículos de Divulgação, a eles encaminham propaganda, por conta de terceiros.

Art 22. O exercício da profissão de Agenciador de Propaganda é privativo dos que estiverem, nesta categoria, inscritos e identificados no Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho e Previdência Social.

Art 23. São exigidos para o registro referido no artigo anterior:

a) prova, através de anotação da carteira profissional do exercício efetivo da profissão, durante doze (12) meses, no mínimo, ou do recebimento, mediante documento hábil, de remuneração por agenciamento de propaganda, pelo mesmo período;

b) atestado de capacidade profissional fornecido por associação ou entidade de classe;

c) prova de pagamento do impôsto sindical.

Art 24. Estendem-se ao Agenciador de Propaganda, registrado em qualquer Veículo de Divulgação, todos os direitos e vantagem assegurados nas leis trabalhistas e previdenciárias.

Parágrafo único. Para os efeitos da legislação de previdência social, o Agente de Propaganda, sem subordinação empregatícia, será equiparado ao trabalhador autônomo.

CAPÍTULO III

Disposições Gerais

SEÇÃO 1ª

Da Fiscalização

Art 25. A fiscalização dos dispositivos da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e do presente Regulamento, será exercida pelo Departamento Nacional do Trabalho, pelas Delegacias Regionais do Ministério do Trabalho e Previdência Social, e pelas entidades sindicais e associações civis de posta do órgão disciplinar competente interessadas, que deverão denunciar às autoridades competentes as infrações verificadas.

SEÇÃO 2ª

Das Penalidades

Art 26. As infrações ao disposto na Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e no presente Regulamento, serão punidas com as penalidades abaixo, pelo Diretor Geral do Departamento Nacional do Trabalho ou pelos Delegados Regionais do Trabalho e, se de natureza ética, em consonância com o art. 17 daquela Lei, por proposta do órgão disciplinar competente da associação de classe a que pertencer o infrator:

a) multa, de um décimo do salário-mínimo vigente na região a dez vêzes o seu valor;

b) multa, de dez a cinqüenta por cento do valor do negócio publicitário realizado, se a disposição violada fôr a do § 3º, do art. 11. dêste Regulamento.

Art 27. A graduação da multa atenderá à natureza da infração e às condições sociais e econômicas do infrator.

Art 28. Nenhuma pena será imposta sem que seja assegurada ampla defesa ao acusado.

Art 29. Poderá o infrator recorrer, dentro em dez (10) dias, a partir da intimação ou da publicação, no órgão oficial, do ato punitivo, para o Ministro do Trabalho e Previdência Social, ou para o Diretor Geral do Departamento Nacional do Trabalho, se a decisão foi proferida, respectivamente, por êste último, ou por Delegado Regional do Trabalho.

Art 30. O recurso, em qualquer caso, terá sòmente efeito devolutivo.

CAPÍTULO IV

Disposições Finais e Transitórias

Art 31. O registro dos Publicitários e Agenciadores de Propaganda, que já se encontrem no exercício de sua profissão, deverá ser obrigatoriamente efetuado, dentro em 120 dias, contados da data da publicação do presente Regulamento. [\(Vide Decreto nº 60.574, de 1967\)](#)

Art 32. Para os fins de comprovação do exercício profissional, a que se refere a alínea a , do art. 25 do presente Regulamento, aos Agenciadores de Propaganda ainda não registrados, será permitido encaminharem propaganda aos Veículos de Divulgação, pelo prazo improrrogável de doze (12) meses, contado da publicação deste Regulamento, desde que provem sua filiação à entidade de classe sindical representativa.

Parágrafo único. A entidade sindical manterá um registro especial para controle de estágio de doze (12) meses previsto neste artigo.

Art 33. O Ministério do Trabalho e Previdência Social elaborará e expedirá os modelos e instruções que se fizerem necessários à execução do presente Regulamento e dirimirá as dúvidas surgidas na sua aplicação.

Art 34. Este Regulamento entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

LEI Nº 5.377, DE 11 DE DEZEMBRO DE 1967

Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

Definição

Art. 1º A designação de “Profissional de Relações Públicas” passa a ser privativa:

- a) dos bacharéis formados nos respectivos cursos de nível superior;
- b) dos que houverem concluído curso similar no estrangeiro, em estabelecimento legalmente reconhecido após a revalidação do respectivo diploma no Brasil;
- c) dos que exerçam a profissão, de acordo com o art. 6º do Capítulo IV da presente Lei.

CAPÍTULO II

Das atividades profissionais

Art. 2º Consideram-se atividades específicas de Relações Públicas as que dizem respeito:

- a) a informação de caráter institucional entre a entidade e o público, através dos meios de comunicação;

- b) a coordenação e planejamento de pesquisas da opinião pública, para fins institucionais;
- c) a planejamento e supervisão da utilização dos meios audiovisuais, para fins institucionais;
- d) a planejamento e execução de campanhas de opinião pública;
- e) ao ensino das técnicas de Relações Públicas, de acordo com as normas a serem estabelecidas, na regulamentação da presente Lei.

CAPÍTULO III

Do registro da Profissão e de sua fiscalização

Art. 3º O registro do profissional de Relações Públicas fica instituído com a presente Lei, e tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias a contar da sua publicação, para aqueles que já se encontram no exercício da profissão.

Parágrafo único. O registro referido neste artigo será feito pelo Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho e Previdência Social, mediante comprovante ou comprovantes portados pelos profissionais nas hipóteses das letras “a” a “c” do art. 1º.

Art. 4º A fiscalização do exercício profissional será feita pelo Ministério do Trabalho e Previdência Social.

Art. 5º A fiscalização do disposto no art. 2º alínea “e” ficará a cargo do Ministério da Educação e Cultura.

CAPÍTULO IV

Disposições gerais

Art. 6º Fica assegurado o registro de que trata o art. 3º da presente Lei às pessoas que já venham exercendo funções de Relações Públicas, como atividade principal e em caráter permanente, pelo prazo mínimo de 24 meses, conforme declaração do empregador e comprovação de recebimento salarial proveniente dessa atividade, em entidades públicas ou privadas que comprovem a existência do setor especializado, e ainda que sejam sócios titulares da ABRP - Associação Brasileira de Relações Públicas, por idêntico período.

Art. 7º A presente Lei será regulamentada pelo Executivo dentro de 90 (noventa) dias de sua publicação.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 9º Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 11 de dezembro de 1967; 146º da Independência e 79º da República.

A. COSTA E SILVA

Jarbas G. Passarinho, Favorino Bastos Mercio

DECRETO Nº 63.283, DE 26 DE SETEMBRO DE 1968

Aprova o Regulamento da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , usando da atribuição que lhe confere o artigo 83, item II, da Constituição e tendo em vista o que determina a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967,

DECRETA:

Art 1º Fica aprovado o Regulamento que disciplina o exercício da Profissão de Relações Públicas e sua fiscalização, anexo ao presente Decreto assinado pelo Ministro do Trabalho e Previdência Social.

Art 2º Este Decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 26 de setembro de 1968; 147º da Independência e 80º da República.

A. COSTA E SILVA

Jarbas G. Passarinho

REGULAMENTO DA LEI Nº 5.377, DE 11 DE DEZEMBRO DE 1967, QUE DISCIPLINA O EXERCÍCIO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS.

TÍTULO I

Da Profissão de Relações Públicas

CAPÍTULO I

Do Profissional de Relações Públicas

Art 1º A atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para esclarecer e manter compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos e pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada, constituem o objeto geral da profissão liberal ou assalariada de Relações Públicas.

Art 2º A designação de Profissional de Relações Públicas e o exercício das respectivas atividades passam a ser privativos:

- a) dos que, a partir da vigência da presente lei, venha ser diplomados em Cursos de Relações Públicas, de nível superior, reconhecidos pelo Conselho Federal de Educação;
- b) dos que, antes da vigência da presente lei, sendo possuidores de diplomas de nível universitário, tenham concluído cursos regulares de Relações Públicas, em estabelecimentos de ensino, cujos currículos venham a ser homologados pelo Conselho Federal de Educação;
- c) dos diplomados no Exterior em cursos regulares de Relações Públicas, após a revalidação do diploma nos termos da legislação vigente, e ressalvados os amparados através de convênios.

CAPÍTULO II

Do campo e da atividade profissional

Art 3º A profissão de Relações Públicas, observadas as condições previstas neste Regulamento, poderá ser exercida, como atividade liberal assalariada ou de magistério, nas

entidades de direito público ou privado, tendo por fim o estudo ou aplicação de técnicas de política social destinada à intercomunicação de indivíduos, instituições ou coletividade.

Art 4º Consideram-se atividades específicas de Relações Públicas as que dizem respeito:

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

CAPÍTULO III

Do exercício profissional

Art 5º O exercício em órgãos da administração pública, em entidades privadas ou de economia mista de cargos, empregos ou funções, ainda que de direção, chefia, assessoramento, secretariado e as de magistério, cujas atribuições envolvam, principalmente conhecimentos inerentes às técnicas de Relações Públicas, é privativo do profissional dessa especialidade, devidamente registrado no Ministério do Trabalho e Previdência Social.

§ 1º A apresentação de diploma de Relações Públicas, embora passe a ser obrigatória para o provimento de cargo público federal, estadual ou municipal, da administração direta ou indireta, não dispensa a prestação de concurso, quando a lei o exija.

§ 2º O disposto in fine neste artigo se aplica por igual, aos profissionais liberais e aos que exercem a atividade em Escritórios, Consultorias ou Agências de Relações Públicas legalmente autorizados a funcionar no País.

§ 3º A falta de registro profissional torna ilegal o exercício da Profissão de Relações Públicas.

TÍTULO II

Da organização profissional

CAPÍTULO I

Do registro profissional

Art 6º A inscrição profissional de Relações Públicas será feita pelo Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho e Previdência Social, mediante a apresentação de títulos, diplomas ou certificados registrados pelo Ministério da Educação e Cultura para as hipóteses das alíneas " a ", " b " e " c " do art. 2º.

§ 1º No caso do art. 13 o registro profissional fica condicionado à apresentação de Carteira Profissional anotado, ou comprovante de recebimento salarial, ou, ainda de declaração do empregador de que o interessado exerce a atividade em caráter principal ou permanente, para os profissionais sujeitos ao regime da Consolidação das Leis do Trabalho.

§ 2º Em se tratando de funcionário público, autárquico ou de sociedade de economia mista, será necessário a apresentação de título de nomeação, portaria ou ato oficial devidamente averbado ou, ainda declaração formal de Diretor ou Chefe de Serviço de Pessoal de que o interessado exerce a atividade, em caráter principal ou permanente, em setor especializado em Relações Públicas.

§ 3º Para os profissionais liberais que exerçam a atividade individualmente ou em Escritórios, Agências ou Consultorias, e, bem assim, em funções de magistério será necessário a apresentação de documentos comprobatórios que atestem a realização de trabalhos definidos no artigo 4º deste Regulamento.

Art 7º Nos casos dos parágrafos do artigo anterior, será sempre necessário a comprovação do exercício profissional pelo prazo mínimo de 24 (vinte e quatro) meses anterior à vigência desta lei.

Art 8º Do competente livro de registro deverão constar, obrigatoriamente:

- a) denominação do estabelecimento de ensino em que se diplomou o interessado;
- b) número de registro no Ministério da Educação e Cultura;
- c) indicação do dispositivo deste Regulamento que fundamentou o pedido de inscrição, em se tratando de não diplomados.

CAPÍTULO II

Da carteira profissional

Art 9º A todo profissional, registrado na forma deste Regulamento, o Ministério do Trabalho e Previdência Social fornecerá Carteira Profissional, de acordo com o modelo em uso, na qual deverá ser anotado o número da respectivo inscrição no setor competente desse órgão.

CAPÍTULO III

Da jurisdição

Art 10. Os portadores da Carteira Profissional de Relações Públicas poderão desempenhar suas atividades no Distrito Federal, Territórios, Estados e Municípios, quer em caráter liberal quer assalariado.

Art 11. A fiscalização do exercício da Profissão de Relações Públicas, em todo o território nacional, será feita pelo Ministério do Trabalho e Previdência Social, ao qual compete:

- a) propugnar por uma adequada compreensão dos problemas de Relações Públicas e sua racional solução;
- b) orientar e disciplinar o exercício da Profissão de Relações Públicas, sem prejuízo da competência específica do Ministério da Educação e Cultura; e
- c) dirimir as dúvidas suscitadas pelo exercício da Profissão de Relações Públicas, e por este Regulamento em decorrência de casos omissos.

TÍTULO III

Das Disposições Transitórias

CAPÍTULO I

Dos praticantes

Art 12. No caso de insuficiência de Profissionais de Relações Públicas, comprovada por falta de inscrição em recrutamento ou seleção pública, poderão os órgãos públicos, bem como

quaisquer empresas privadas, solicitar ao Ministério do Trabalho e Previdência Social, licença para o exercício dessa Profissão por pessoa conhecedora ou praticante dos métodos de Relações Públicas, portadora de diploma de curso superior.

Art 13. O disposto no caput do art. 2º se aplica, também aos que comprovarem o exercício de atividade de Relações Públicas em caráter principal ou permanente, pelo prazo mínimo de 24 (vinte e quatro) meses até 12 de dezembro de 1967, e, a qualquer tempo, a qualidade de sócios titulares da Associação Brasileira de Relações Públicas - ABRP por idêntico período.

Art 14. As exigências do art. 5º não prejudicarão a situação dos atuais ocupantes de cargos, empregos e funções da espécie, no Serviço Público e nas entidades privadas, enquanto os exercerem.

Art 15. O presente Regulamento entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 26 de setembro de 1968;

JARBAS G. PASSARINHO

DECRETO-LEI Nº 972, DE 17 DE OUTUBRO DE 1969.

Dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista.

OS MINISTROS DA MARINHA DE GUERRA, DO EXÉRCITO E DA AERONÁUTICA MILITAR, usando das atribuições que lhes confere o artigo 3º do Ato Institucional nº 16, de 14 de outubro de 1969, combinado com o § 1º do artigo 2º do Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968,

DECRETAM:

Art 1º O exercício da profissão de jornalista é livre, em todo o território nacional, aos que satisfizerem as condições estabelecidas neste Decreto-Lei.

Art 2º A profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

- a) redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário;
- b) comentário ou crônica, pelo rádio ou pela televisão;
- c) entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada;
- d) planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada;
- e) planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata a alínea " a ";
- f) ensino de técnicas de jornalismo;
- g) coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação;
- h) revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e a adequação da linguagem;

i) organização e conservação de arquivo jornalístico, e pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias;

j) execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação;

l) execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico.

Art 3º Considera-se empresa jornalística, para os efeitos deste Decreto-Lei, aquela que tenha como atividade a edição de jornal ou revista, ou a distribuição de noticiário, com funcionamento efetivo idoneidade financeira e registro legal.

§ 1º Equipara-se a empresa jornalística a seção ou serviço de empresa de radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agência de publicidade, onde sejam exercidas as atividades previstas no artigo 2º.

§ 2º O órgão da administração pública direta ou autárquica que mantiver jornalista sob vínculo de direito público prestará, para fins de registro, a declaração de exercício profissional ou de cumprimento de estágio.

§ 3º A empresa não-jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada a circulação externa, promoverá o cumprimento desta lei relativamente aos jornalistas que contratar, observado, porém, o que determina o artigo 8º, § 4º.

Art 4º O exercício da profissão de jornalista requer prévio registro no órgão regional competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social que se fará mediante a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - fôlha corrida;

III - carteira profissional;

IV - declaração de cumprimento de estágio em empresa jornalística;

V - diploma de curso superior de jornalismo, oficial ou reconhecido registrado no Ministério da Educação e Cultura ou em instituição por este credenciada, para as funções relacionadas de " a " a " g " no artigo 6º.

§ 1º O estágio de que trata o item IV será disciplinado em regulamento, devendo compreender período de trabalho não inferior a um ano precedido de registro no mesmo órgão a que se refere este artigo.

§ 2º O aluno do último ano de curso de jornalismo poderá ser contratado como estagiário, na forma do parágrafo anterior em qualquer das funções enumeradas no artigo 6º.

§ 3º O regulamento disporá ainda sobre o registro especial de:

a) colaborador, assim entendido aquele que exerça, habitual e remuneradamente atividade jornalística, sem relação de emprego;

b) funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidam com as do artigo 2º;

c) provisionados na forma do artigo 12.

§ 4º O registro de que tratam as alíneas " a " e " b " do parágrafo anterior não implica o reconhecimento de quaisquer direitos que decorram da condição de empregado, nem, no caso da alínea " b ", os resultantes do exercício privado e autônomo da profissão.

Art 5º Haverá, ainda, no mesmo órgão, a que se refere o artigo anterior, o registro dos diretores de empresas jornalísticas que, não sendo jornalistas, respondam pelas respectivas publicações.

§ 1º Para esse registro, serão exigidos:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - fôlha corrida;

III - prova de registro civil ou comercial da empresa jornalística, com o inteiro teor do seu ato constitutivo;

IV - prova do depósito do título da publicação ou da agência de notícias no órgão competente do Ministério da Indústria e do Comércio;

V - para empresa já existente na data deste Decreto-Lei, conforme o caso:

a) trinta exemplares do jornal;

b) doze exemplares da revista;

c) trinta recortes ou cópia de noticiário com datas diferentes e prova de sua divulgação.

§ 2º Tratando-se de empresa nova, o registro será provisório com validade por dois anos, tornando-se definitivo após o cumprimento do disposto no item V.

§ 3º Não será admitida a renovação de registro provisório nem a prorrogação do prazo de sua validade.

§ 4º Na hipótese do § 3º do artigo 3º, será obrigatório o registro especial do responsável pela publicação, na forma do presente artigo para efeitos do § 4º do artigo 8º.

Art 6º As funções desempenhadas pelos jornalistas profissionais, como empregados, serão assim classificadas:

a) Redator: aquele que além das incumbências de redação comum, tem o encargo de redigir editoriais, crônicas ou comentários;

- b) Noticiarista: aquêle que tem o encargo de redigir matéria de caráter informativo, desprovida de apreciação ou comentários;
- c) Repórter: aquêle que cumpre a determinação de colhêr notícias ou informações, preparando-a para divulgação;
- d) Repórter de Setor: aquêle que tem o encargo de colhêr notícias ou informações sôbre assuntos pré-determinados, preparando-as para divulgação;
- e) Rádio-Repórter: aquêle a quem cabe a difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica, pelos mesmos veículos;
- f) Arquivista-Pesquisador: aquêle que tem a incumbência de organizar e conservar cultural e tènicamente, o arquivo redatorial, procedendo à pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias;
- g) Revisor: aquêle que tem o encargo de rever as provas tipográficas de matéria jornalística;
- h) Ilustrador: aquêle que tem a seu cargo criar ou executar desenhos artísticos ou tènicos de caráter jornalístico;
- i) Repórter-Fotográfico: aquêle a quem cabe registrar, fotogrâficamente, quaisquer fatos ou assuntos de interêsse jornalístico;
- j) Repórter-Cinematográfico: aquêle a quem cabe registrar cinematogrâficamente, quaisquer fatos ou assuntos de interêsse jornalístico;
- l) Diagramador: aquêle a quem compete planejar e executar a distribuição gráfrica de matérias, fotografias ou ilustrações de caráter jornalístico, para fins de publicação.

Parágrafo único: também serão privativas de jornalista profissional as funções de confiança pertinentes às atividades descritas no artigo 2º como editor, secretário, subsecretário, chefe de reportagem e chefe de revisão.

Art 7º Não haverá incompatibilidade entre o exercício da profissão de jornalista e o de qualquer outra função remunerada, ainda que pública, respeitada a proibição de acumular cargos e as demais restrições de lei.

Art 8º Será passível de trancamento, voluntário ou de ofício, o registro profissional do jornalista que, sem motivo legal deixar de exercer a profissão por mais de dois anos.

§ 1º Não incide na cominação dêste artigo o afastamento decorrente de:

- a) suspensão ou interrupção do contrato de trabalho;
- b) aposentadoria como jornalista;
- c) viagem ou bolsa de estudos, para aperfeiçoamento profissional;

d) desemprego, apurado na forma da Lei nº 4.923, de 23 de dezembro de 1965.

§ 2º O trancamento de ofício será da iniciativa do órgão referido no artigo 4º ou a requerimento da entidade sindical de jornalistas.

§ 3º Os órgãos do Ministério do Trabalho e Previdência Social prestarão aos sindicatos de jornalistas as informações que lhes forem solicitadas, especialmente quanto ao registro de admissões e dispensas nas empresas jornalísticas, realizando as inspeções que se tornarem necessárias para a verificação do exercício da profissão de jornalista.

§ 4º O exercício da atividade prevista no artigo 3º, § 3º, não constituirá prova suficiente de permanência na profissão se a publicação e seu responsável não tiverem registro legal.

§ 5º O registro trancado suspende a titularidade e o exercício das prerrogativas profissionais, mas pode ser revalidado mediante a apresentação dos documentos previstos nos itens II e III do artigo 4º, sujeitando-se a definitivo cancelamento se, um ano após, não provar o interessado novo e efetivo exercício da profissão, perante o órgão que deferir a revalidação.

Art 9º O salário de jornalista não poderá ser ajustado nos contratos individuais de trabalho, para a jornada normal de cinco horas, em base inferior à do salário estipulado, para a respectiva função em acordo ou convenção coletiva de trabalho, ou sentença normativa da Justiça do Trabalho.

Parágrafo único. Em negociação ou dissídio coletivos poderão os sindicatos de jornalistas reclamar o estabelecimento de critérios de remuneração adicional pela divulgação de trabalho produzido por jornalista em mais de um veículo de comunicação coletiva.

Art 10. Até noventa dias após a publicação do regulamento deste Decreto-Lei, poderá obter registro de jornalista profissional quem comprovar o exercício atual da profissão, em qualquer das atividades descritas no artigo 2º, desde doze meses consecutivos ou vinte e quatro intercalados, mediante:

I - os documentos previstos nos itens I, II e III do artigo 4º;

II - atestado de empresa jornalística, do qual conste a data de admissão, a função exercida e o salário ajustado;

III - prova de contribuição para o Instituto Nacional de Previdência Social, relativa à relação de emprego com a empresa jornalística atestante.

§ 1º Sobre o pedido, opinará, antes da decisão da autoridade regional competente, o Sindicato de Jornalistas da respectiva base territorial.

§ 2º Na instrução do processo relativo ao registro de que trata este artigo a autoridade competente determinará verificação minuciosa dos assentamentos na empresa, em especial, as folhas de pagamento ao período considerado, registro de empregados, livros contábeis, relações anuais de empregados e comunicações mensais de admissão e dispensa, guias de recolhimento ao INPS e registro de ponto diário.

Art 11. Dentro do primeiro ano de vigência deste Decreto-Lei, o Ministério do Trabalho e Previdência Social promoverá a revisão, de registro de jornalistas profissionais cancelando os viciados por irregularidade insanável.

§ 1º A revisão será disciplinada em regulamento, observadas as seguintes normas:

I - A verificação será feita em comissão de três membros, sendo um representante do Ministério, que a presidirá, outro da categoria econômica e outro da categoria profissional, indicados pelos respectivos sindicatos, ou, onde não os houver, pela correspondente federação;

II - O interessado será notificado por via postal, contra recibo ou, se ineficaz a notificação postal, por edital publicado três vezes em órgão oficial ou de grande circulação na localidade do registro;

III - A notificação ou edital fixará o prazo de quinze dias para regularização das falhas do processo de registro, se fôr o caso, ou para apresentação de defesa;

IV - Decorrido o prazo da notificação ou edital, a comissão diligenciará no sentido de instruir o processo e esclarecer as dúvidas existentes, emitindo a seguir seu parecer conclusivo;

V - Do despacho caberá recurso, inclusive por parte dos Sindicatos de Jornalistas Profissionais ou de Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas, para o Ministro do Trabalho e Previdência Social, no prazo de quinze dias, tornando-se definitiva a decisão da autoridade regional após o decurso desse prazo sem a interposição de recurso ou se confirmada pelo Ministro.

§ 2º Decorrido o prazo estabelecido neste artigo, os registros de jornalista profissional e de diretor de empresa jornalística serão havidos como legítimos e definitivos, vedada a instauração ou renovação de quaisquer processos de revisão administrativa, salvo o disposto no artigo 8º.

§ 3º Responderá administrativa e criminalmente a autoridade que indevidamente autorizar o registro de jornalista profissional ou de diretor de empresa jornalística, ou que se omitir no processamento da revisão de que trata este artigo.

Art 12. A admissão de jornalistas, nas funções relacionadas de " a " a " g " no artigo 6º, e com dispensa da exigência constante do item V do artigo 4º, será permitida enquanto o Poder Executivo não dispuser em contrário, até o limite de um terço das novas admissões a partir da vigência deste Decreto-Lei.

Parágrafo único. A fixação, em decreto, de limites diversos do estipulado neste artigo, assim como do prazo da autorização nêle contida, será precedida de amplo estudo de sua viabilidade, a cargo do Departamento Nacional de Mão-de-obra.

Art 13. A fiscalização do cumprimento dos preceitos deste Decreto-Lei se fará na forma do artigo 626 e seguintes da Consolidação das Leis do Trabalho sendo aplicável aos infratores multa, variável de uma a dez vezes o maior salário-mínimo vigente no País.

Parágrafo único. Aos Sindicatos de Jornalistas incumbe representar as autoridades competentes acerca do exercício irregular da profissão.

Art 14. O regulamento dêste Decreto-Lei será expedido dentro de sessenta dias de sua publicação.

Art 15. Êste Decreto-Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ressalvadas as disposições que dependem de regulamentação e revogadas as disposições em contrário, em especial os artigos 310 e 314 da Consolidação das Leis do Trabalho.

Brasília, 17 de outubro de 1969; 148º da Independência e 81º da República.

AUGUSTO HAMANN RADEMAKER GRÜNEWALD

AURÉLIO DE LYRA TAVARES

MÁRCIO DE SOUZA E MELLO

Jarbas G. Passarinho

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 21.10.1969

REGULAMENTAÇÃO DA PROFISSÃO

Decreto nº 83284 de 13 de março de 1979

Exercício da Profissão II

Da nova regulamentação ao Decreto-lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nr. 6.612, de 7 de dezembro de 1978.

O presidente da República, usando da atribuição que lhe confere o Art. 81, item III, da Constituição, decreta:

Art. 1o. - É livre, em todo território nacional, o exercício da profissão de Jornalista, aos que satisfizerem as condições estabelecidas neste Decreto.

Art. 2o. - A profissão de Jornalista compreende, privativamente o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

I - redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário;

II - comentário ou crônica, por meio quaisquer veículo de comunicação;

III - entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada;

IV - planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de Jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada;

V - planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata o item I;

VI - ensino de técnica de jornalismo;

VII - coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação;

VIII - revisão de originais de matérias jornalísticas, com vista à correção redacional e à adequada da linguagem;

IX - organização e conservação de arquivo jornalístico e pesquisa dos respectivos dados para elaboração de notícias;

X - execução de distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação;

Art. 3o. - Considera-se empresa jornalística, para os efeitos deste Decreto, aquela que tenha como atividade e edição de jornal ou revista, ou a distribuição de noticiário, com funcionamento efetivo, idoneidade financeira e registro legal.

Parágrafo 1o. - Equipara-se à empresa jornalística a seção ou serviço de empresa de radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agências de publicidade ou de notícias, onde sejam exercidas as atividades previstas no artigo 2o.

Parágrafo 2o. - A entidade pública ou privada não jornalística cuja responsabilidade se editar publicação destinada a circulação externa está obrigada ao cumprimento deste decreto, relativamente aos jornalistas que contratar.

Art. 4o. - O exercício da profissão de jornalista requer prévio registro no órgão regional do Ministério do Trabalho, que se fará mediante a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - diploma de curso de nível superior de Jornalismo ou de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, fornecido por estabelecimento de ensino reconhecido na forma da lei, para as funções relacionadas nos ítems I a VII do artigo 11;

IV - Carteira de Trabalho e Previdência Social. Parágrafo único. Aos profissionais registrados exclusivamente para o exercício das funções relacionadas no ítems VII a XI do artigo 11, é vedado o exercício das funções constantes nos ítems I a VII do mesmo artigo.

Art. 5o. - O Ministério do Trabalho concederá, desde que satisfeitas as exigências constantes neste Decreto, registro especial ao:

I - colaborador, assim entendido aquela que, mediante remuneração e sem relação de emprego, produz trabalho de natureza técnica, científica ou cultural, relacionado com a sua especialização, para ser divulgado com o nome e qualificação do autor;

II - provisionado.

Parágrafo único. O registro de que tratam os ítems I e II deste artigo não implica o reconhecimento de quaisquer direitos que decorram da condição de empregado, nem, no caso do ítem II, dos resultantes de exercício privado e autônomo da profissão.

Art. 6o. - Para o registro especial de colaborador é necessária a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira:

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - declaração de empresa jornalística, ou que a ela seja equiparada, informando do seu interesse pelo registro de colaborador do candidato, onde conste a sua especialização, remuneração contratada e pseudônimo, se houver.

Art. 7o. - Para o registro especial de funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidem com as mencionadas no artigo 2o, é necessário a apresentação e ato de nomeação ou contratação para cargo ou emprego com aquelas atribuições, além do cumprimento do que estabelece o artigo 4o.

Art. 8o. - Para o registro especial de provisionado é necessário a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - declaração, fornecida pela empresa jornalística ou que a ela seja equiparada, na qual conste a função a ser exercida e o salário correspondente;

IV - diploma de nível superior ou certificado de ensino de 2o Grau fornecido por estabelecimento de ensino reconhecido na forma da lei, para as funções relacionadas nos itens I a VII do artigo 11;

V - declaração, fornecidas pela entidade sindical representativa da categoria profissional, com base territorial abrangendo o município no qual o provisionado irá desempenhar suas funções, de que não há jornalista associado do Sindicato, domiciliado naquele município, disponível para contratação;

VI - Carteira de Trabalho e Previdência Social.

Parágrafo 1o. - A declaração de que trata o item V deverá ser fornecida pelo Sindicato, ao interessado, no prazo de 3 dias úteis.

Parágrafo 2o. - Caso exista profissional no Município, disponível para contratação, o Sindicato comunicará tal fato ao Ministério do Trabalho, no mesmo prazo de 3 dias, a contar do pedido de fornecimento da declaração de que trata o item V.

Parágrafo 3o. - Caso o Sindicato não forneça a declaração de que trata o item V, no prazo mencionado do 1o, o interessado poderá instruir seu pedido de registro com o protocolo de apresentação do requerimento ao Sindicato.

Parágrafo 4o. - Na hipótese prevista no parágrafo anterior o Ministério do Trabalho concederá ao Sindicato prazo não superior a 3 dias para se manifestar sobre o fornecimento da declaração, caso não tenha ocorrido o fato constante no 2o.

Parágrafo 5o. - O registro especial de provisionado terá caráter temporário com duração máxima de três anos, renovável somente com a apresentação de toda a documentação prevista neste artigo.

Art. 9o. - Será efetuado, no Ministério do Trabalho, registro dos diretores de empresa jornalística que, não sendo jornalista, respondem pelas respectivas publicações, para o que é necessário a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - prova de registro civil ou comercial da empresa jornalística, com o inteiro teor do seu ato constitutivo;

IV - prova de depósito do título da publicação ou da agência de notícias no órgão competente do Ministério do Trabalho e do Comércio;

V - 30 exemplares do jornal, ou 12 exemplares da revista, ou 30 recortes ou cópias de noticiários, com datas diferentes de sua divulgação.

Parágrafo 1o. - Tratando-se de empresa nova, o Ministério do Trabalho efetuará registro provisório, com validade por 2 anos, tornando-se definitivo após a comprovação constante do ítem V deste artigo.

Parágrafo 2o. - Não será admitida renovação ou prorrogação do prazo de validade do registro provisório previsto no parágrafo anterior.

Art. 10o. - Será efetuado no Ministério do Trabalho registro especial do Diretor de empresa não jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada à circulação externa ou interna, para o que se exigirá a apresentação de:

I - prova de nacionalidade brasileira;

II - prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III - prova de depósito do título da publicação no órgão competente do Ministério do Trabalho e do Comércio;

Art. 11o. - As funções desempenhadas pelos jornalistas, como empregados, serão assim classificadas:

I - Redator: Aquele que, além das incumbências de redação comum, tem o encargo de redigir editoriais, crônicas ou comentários;

II - Noticiarista: aquela que tem o encargo de redigir matérias de caráter informativo, desprovidas de apreciações ou comentários, preparando-as ou redigindo-as para divulgação;

III - Repórter: aquele que cumpre a determinação de colher notícias ou informações, preparando ou redigindo matérias para divulgação;

IV - Repórter de Setor: aquele que tem o encargo de colher notícias ou informações sobre assuntos pré-determinados, preparando-as ou redigindo-as para divulgação;

V - Rádio-Repórter: aquele a quem cabe difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica, pelos mesmos veículos;

VI - Arquivista-Pesquisador: aquele que tem a incumbência de organizar e conservar cultural e tecnicamente o arquivo redatorial, procedendo à pesquisa dos respectivos dados para elaboração de notícias;

VII - Revisor: aquele que tem o encargo de rever as provas tipográficas de matérias jornalísticas;

VIII - Ilustrador: aquele que tem a seu cargo criar ou executar desenhos artísticos ou técnico de caráter jornalístico;

IX - Repórter Fotográfico: aquele a quem cabe registrar fotograficamente quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;

X - Repórter Cinematográfico: aquele a quem cabe registrar cinematograficamente quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;

XI - Diagramador: aquele a quem compete planejar a executar a distribuição gráfica de matéria, fotografias ou ilustrações de caráter jornalístico, para fins de publicação.

Parágrafo único. Os Sindicatos serão ouvidos sobre o exato enquadramento de cada profissional.

Art. 12o. - Serão privativas de jornalista as funções pertinentes às atividades descritas no artigo 2o, tais como Editor, Secretário, Subsecretário, Chefe de Reportagem e Chefe de Revisão.

Art. 13o. - Não haverá incompatibilidade entre o exercício da profissão de jornalista e o de qualquer outra função remunerada ainda que pública, respeitadas a proibição de acumular cargos e as demais restrições de lei.

Art. 14o. - Será passível de trancamento o registro profissional do jornalista que, sem motivo legal, deixar de exercer a profissão por mais de 2 anos.

Parágrafo 1o. - Não incide na cominação deste artigo o afastamento decorrente de:

- a) suspensão ou interrupção do contrato de trabalho;
- b) aposentadoria como jornalista;
- c) viagem ou bolsa de estudo, para aperfeiçoamento profissional;
- d) desemprego, apurado na forma da Lei no 4.923, de 23 de dezembro de 1965.

Parágrafo 2o. - O trancamento será da competência do órgão regional do Ministério do Trabalho, de ofício ou a requerimento da entidade sindical representativa da categoria profissional, cabendo a esta fazer publicar, em órgão oficial, por três vezes consecutivas e dentro de um interstício de dois anos, a relação dos jornalistas cujos registros pretende trancar.

Parágrafo 3o. - Os órgãos de Ministério do Trabalho prestarão aos Sindicatos representativos da categoria profissional, as informações que lhes forem solicitadas, especialmente quanto ao registro de admissões e dispensas nas empresas jornalísticas, realizando as inspeções que se tornarem necessárias para a verificação de exercício da profissão de jornalista.

Parágrafo 4o. - O exercício da atividade em empresa não jornalística, mencionada no artigo 3o, 2o, não constituirá prova suficiente de permanência na profissão se a publicação e seu responsável não tiverem registro nos termos deste Decreto.

Parágrafo 5o. - O registro trancado suspende a titularidade e o exercício das prerrogativas profissionais, mas pode ser revalidado mediante apresentação dos documentos mencionados nos itens II e III do artigo 4o.

Art. 15o. - O salário de jornalista não poderá ser ajustado nos contratos individuais de trabalho, para a jornada normal de 5 horas, em base inferior à do salário estipulado, para a respectiva função em acordo ou convenção coletiva de trabalho, ou sentença normativa da Justiça do Trabalho.

Parágrafo único. Em negociação ou dissídio coletivo poderão os Sindicatos de Jornalistas reclamar o estabelecimento de critério de remuneração adicional pela divulgação de trabalho produzido por jornalistas em mais de um veículo de comunicação coletiva.

Art. 16o. - A admissão de provisionado, para exercer funções relacionadas nos itens I a VII do artigo 11, será permitida nos municípios onde não exista curso de jornalismo reconhecido na forma da lei e comprovadamente, não haja jornalista domiciliado, associado do sindicato representativo da categoria profissional, disponível para contratação.

Parágrafo único. O provisionamento nos termos deste artigo poderá exercer suas atividades somente no município para o qual foi registrado.

Art. 17o. - Os atuais portadores de registro especial de provisionamento poderão exercer suas atividades no Estado onde foram contratados.

Art. 18o. - A fiscalização do cumprimento dos dispositivos deste Decreto se fará na forma do artigo 626 da Consolidação das Leis de Trabalho, sendo aplicável aos infratores multa variável de 1 a 10 vezes o maior valor de referência fixado de acordo com o artigo 2o, parágrafo único, da Lei no 6.205, de 29 de 1975.

Parágrafo único. Aos Sindicatos representativos da categoria profissional incumbe representar às autoridades competentes acerca do exercício irregular da profissão de Jornalista.

Art. 19o. - Constitui fraude a prestação de serviços profissionais gratuitos, ou com pagamentos simbólicos, sob pretexto de estágio, bolsa de complementação, convênio ou qualquer outra modalidade, em desrespeito à legislação trabalhista e a este regulamento.

Art. 20o. - O dispositivo neste Decreto não impede a conclusão dos estágios comprovadamente iniciados antes da vigência da Lei no 6.612, de 7 de dezembro de 1978, os quais, entretanto, por si só, direito ao registro profissional.

Art. 21o. - Este Decreto entra em vigor na data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário, especialmente os Decretos no 65.912, de 19 de dezembro de 1969, e 68.629, de 18 de maio de 1971.

Brasília, em 13 de março de 1979; 158º da Independência e 91º da República.

Ernesto Geisel

Jorge Alberto Jacobss Furtado
(D.O. de 13-3-79)

ANEXO II
QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

Olá!

Este questionário é uma pesquisa acadêmica que visa conhecer o profissional do mercado de Comunicação. Sua contribuição é muito valiosa. Por favor, responda as questões abaixo:

Dados Pessoais:

1. **Data de Nascimento:**
2. **Sexo:** Masculino / Feminino
3. **Estado Civil:** Solteiro Casado Separado Desquitado
 Viúvo Outro
4. **Filhos:** Não / Sim - Quantos?

Dados Escolares:

5. **Possui que grau de instrução?**
- Ensino Fundamental (1° grau);
 Ensino Médio (2° grau);
 Ensino Superior Incompleto;
 Ensino Superior Completo;
 Pós-Graduação.
6. **Realizou Ensino Fundamental e Médio em que tipo de Estabelecimento?**
- Rede Pública;
 Rede Privada;
 Rede Pública e depois Privada;
 Rede Privada e depois Pública;
 Nenhuma das anteriores.

Dados do Trabalho:

7. **Nome da Empresa onde trabalha:**
8. **Qual dos itens abaixo melhor descreve a atividade dessa empresa:**
- Agência de Publicidade/Propaganda;
 Agência de Design/Estúdio de Criação;
 Assessoria de Imprensa/Comunicação/Marketing;
 Produtora Audiovisual;
 Agência de Notícias;

Agência/Estúdio Web;

9. Há quanto tempo está na empresa: anos e meses.

10. Qual seu vínculo atual com a empresa?

- Proprietário;
- Empregado (Carteira Assinada);
- Prestador de Serviço (pessoa jurídica);
- Prestador de Serviço (pessoa física);
- Cooperativado;
- Estágio;
- Nenhum, trabalho temporário.

11. Seus rendimentos mensais (salário mínimo regional: R\$ 374,00):

- até 2 salários mínimos;
- entre 2 e 4 salários mínimos;
- entre 4 e 6 salários mínimos;
- entre 6 e 8 salários mínimos;
- mais de 8 salários mínimos.

**12. Você precisa fazer horário extra para cumprir suas tarefas?
Com que frequência?**

- Não;
- Sim, uma vez por mês;
- Sim, uma vez por semana;
- Sim, mais de uma vez por semana;
- Sim, todos os dias.

Carreira Profissional:

13. Há quanto tempo trabalha no mercado de comunicação?

anos e meses.

14. Já trabalhou em outras empresas de comunicação nos últimos 5 anos? Não / Sim - Quantas?

15. Você fez algum(ns) estágio(s) antes do atual emprego dentro da área de Comunicação?

- não;
- sim, voluntário(s);
- sim, remunerado(s);
- sim, voluntário(s) e remunerado(s);
- nenhuma das anteriores.

16. Trabalhou somente no ramo de Comunicação? Sim Não

17. Possui filiação em Sindicato Profissional ou Empresarial?

- sim; Qual?
- não;
- não atualmente, mas já fui filiado;
- não, mas pretendo ter;
- desconheço tal sindicato profissional/empresarial.

Técnicas Profissionais:

18. A seguir você deve classificar as ferramentas de comunicação interpessoal pelo grau de importância de cada uma delas no seu trabalho (1 menos importante 5 mais importante):

- Telefone fixo
- Telefone Celular
- SMS - Torpedos do Celular
- Fax
- E-mail
- Reuniões internas
- Reuniões com Cliente/fornecedor
- Teleconferência
- Mensagens instantâneas (MSN, ICQ, Intranet e outros)

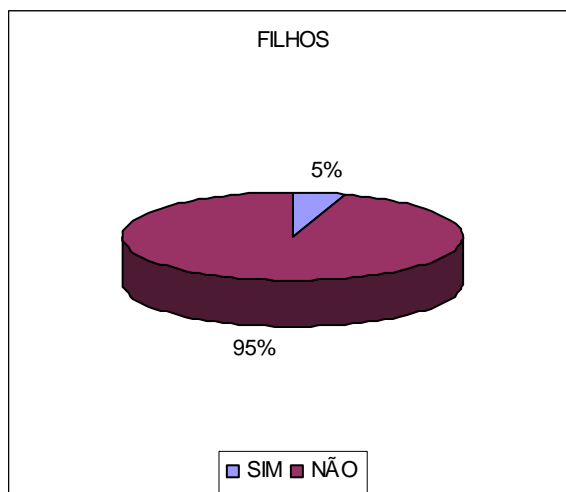
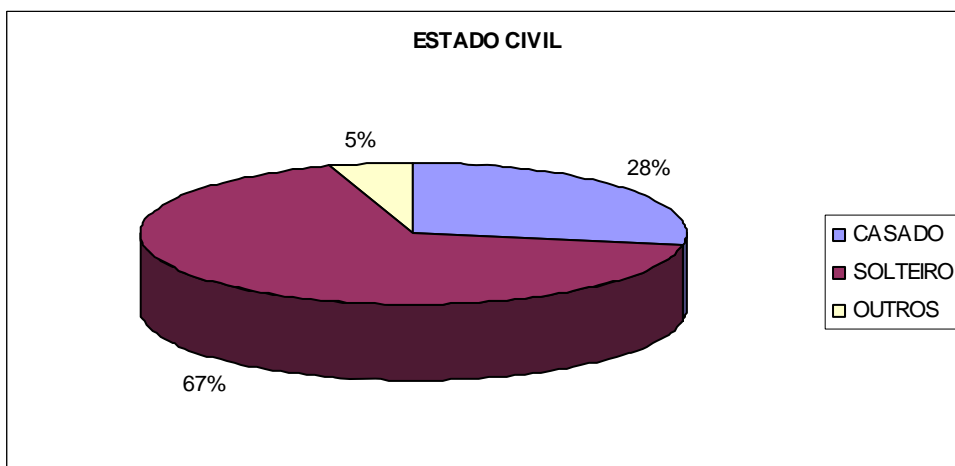
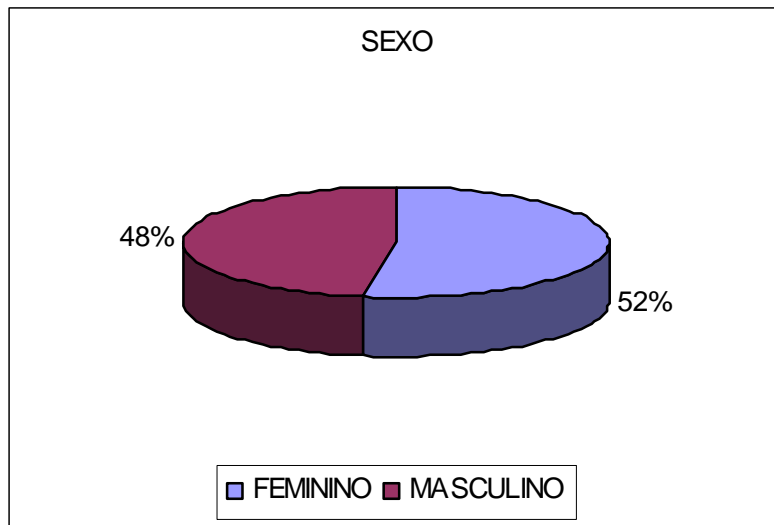
19. Seu trabalho está vinculado com o espaço físico da empresa?

- sim, minhas tarefas estão vinculadas a minha presença na empresa;
- sim, porque somente na empresa eu encontro a estrutura necessária ao desenvolvimento das minhas atividades;
- está vinculado parcialmente. Algumas tarefas independem da minha presença na empresa;
- está pouco vinculado. Possuo estrutura para desenvolver a maioria das tarefas independentemente de estar dentro da empresa;
- praticamente todas as minhas tarefas independem da presença dentro da empresa.

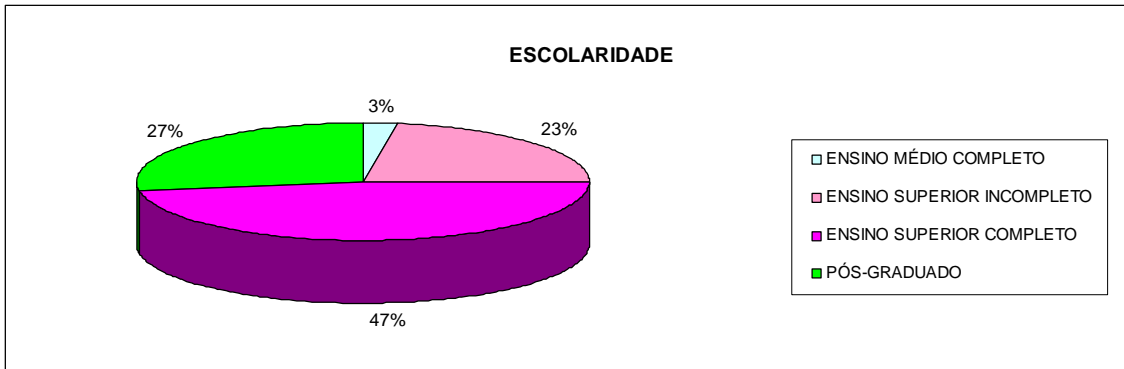
ANEXO III
GRÁFICOS DE RESULTADOS DA PESQUISA

DADOS GERAIS DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS

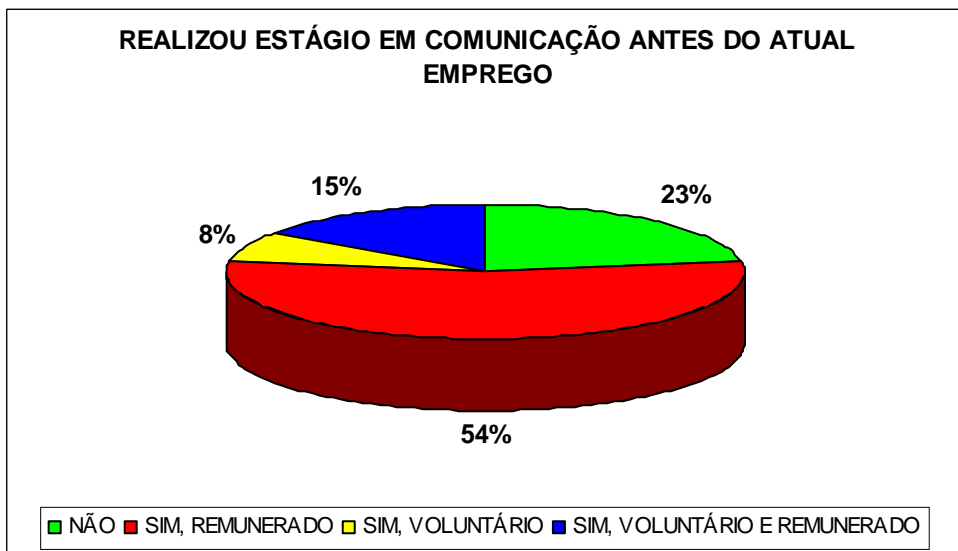
Média de Idade: 27 anos.

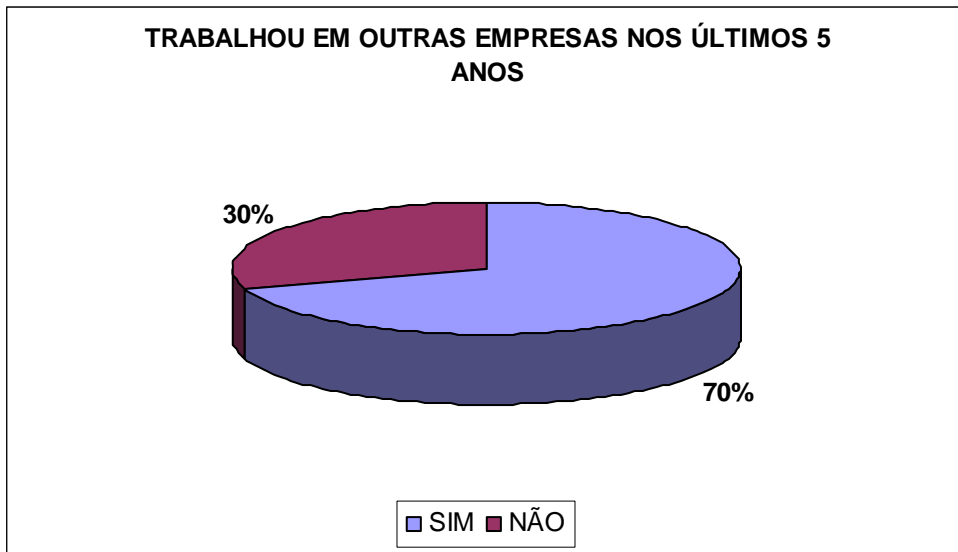


DADOS DE ESCOLARIDADE



CARREIRA PROFISSIONAL

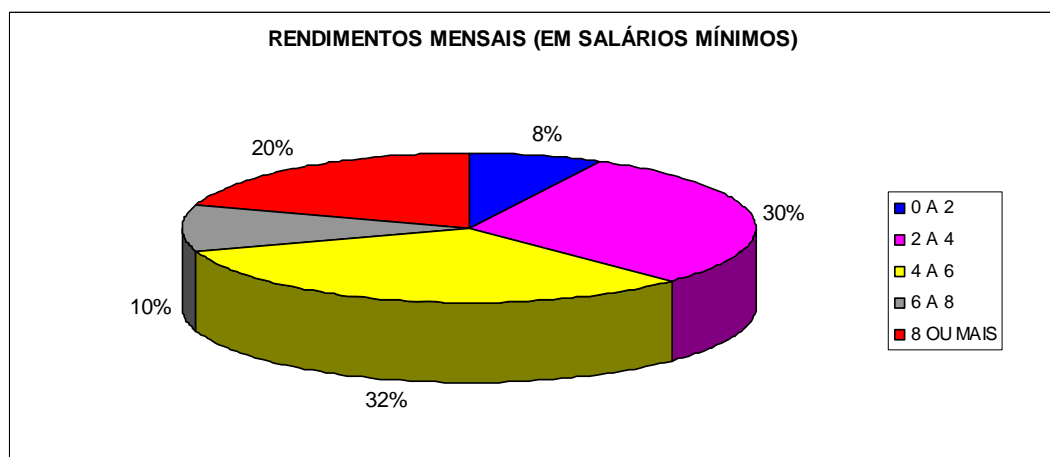
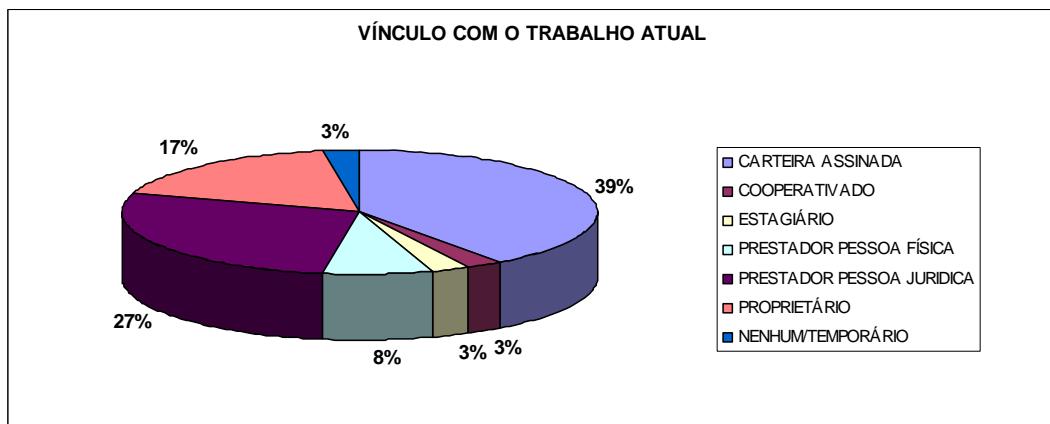




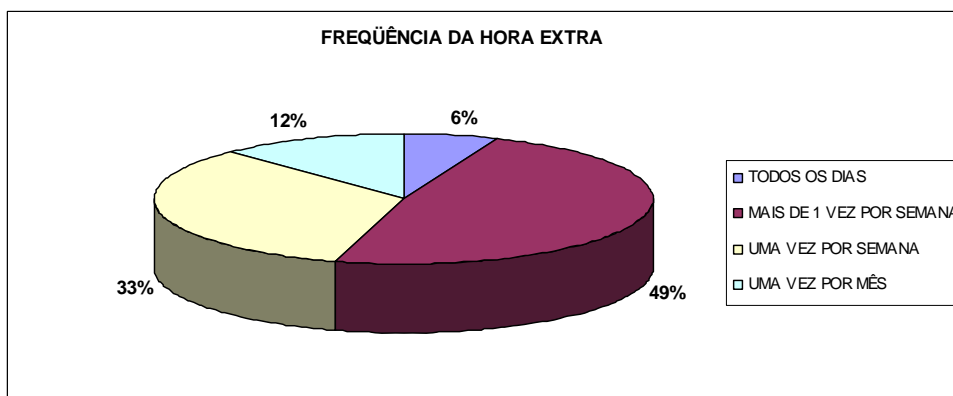
MÉDIA DE EMPRESAS NOS ÚLTIMOS 5 ANOS: 2,6

DADOS DO ATUAL EMPREGO

TEMPO MÉDIO NO ATUAL EMPREGO: 27,35 MESES



HORA EXTRA



TÉCNICAS PROFISSIONAIS

