

Transformando (para melhor) a realidade das relações públicas no Brasil

Apresentação da campanha nacional de valorização da profissão de relações públicas

Marcello Chamusca¹
Márcia Carvalhal²

Desde fevereiro último, se encontra em andamento uma campanha nacional de valorização da profissão de relações públicas no Brasil. Desde então, tem se notado claramente que a força da união entre estudantes, profissionais e instituições começa a transformar (para melhor) a realidade da profissão no país. Percebe-se, dentre outras coisas, que as entidades de classe estão muito mais participativas, os profissionais mais dispostos a irem à luta e saírem do desestímulo em que estavam mergulhados há décadas, sem contar que iniciativas de estudantes e profissionais começam a se espalhar por todo o imenso e continental país chamado Brasil.

Têm sido recorrente textos dos articulistas da área comentários sobre a nova atmosfera que as relações públicas estão se inserindo na atualidade e o quanto, por sua vez, têm avançado no contexto nacional, além de ser notório o respeito cada vez maior que vêm adquirindo entre os profissionais de outras sub-áreas da comunicação, tais como jornalistas e publicitários. Tudo isso se acredita que seja reflexo deste novo contexto e dessa atmosfera propiciada pela grande mobilização nacional que tem sido articulada a partir da campanha nacional de valorização da profissão.

¹ Pós-graduando em Educação Tecnológica; pesquisador da área de Relações Públicas/Cibercultura vinculado ao CNPq; presta assessoria de comunicação para duas ONG's de Salvador/BA; secretário parlamentar desde 1997; diretor geral do Portal RP-Bahia (www.rp-bahia.com.br); editor do Guia de Relações Públicas na Internet (www.sobresites.com/relacoespublicas); membro do Conselho Editorial e colaborador da RP em Revista (www.rpemrevista.com.br); coordenador geral da campanha nacional de valorização da profissão de relações públicas; correspondente em Salvador/BA da Rádio Mega Brasil On Line; autor de vários artigos apresentados/publicados em anais de eventos internacionais no Brasil e no exterior; além de diversos artigos publicados em livros, periódicos e sites especializados na área de comunicação e educação. Vencedor do Prêmio Iniciacom 2005 na categoria Comunicação Institucional e Relações Públicas. Foi o primeiro estudante (ainda em nível de graduação) da história a ministrar uma conferência magistral num evento acadêmico internacional. Hoje atua como conferencista internacional.

² Pós-graduanda em Educação Tecnológica; pesquisadora da área de Relações Públicas/Cibercultura vinculada ao CNPq; presta assessoria de comunicação para duas ONG's de Salvador/BA; secretária parlamentar desde 1997; diretora do Portal RP-Bahia (www.rp-bahia.com.br); editora-chefe da RP em Revista (www.rpemrevista.com.br); coordenadora da campanha nacional de valorização da profissão de relações públicas; correspondente em Salvador/BA da Rádio Mega Brasil On Line; autora de vários artigos apresentados/publicados em anais de eventos internacionais no Brasil e no exterior; além de diversos artigos publicados em livros, periódicos e sites especializados na área de comunicação e educação. Vencedora do Prêmio Iniciacom 2005 na categoria Comunicação Institucional e Relações Públicas.

A campanha

A campanha foi concebida em duas dimensões: (1) a dimensão informativa – desenvolvida a partir de ações informativas no ciberespaço; (2) a dimensão de intervenção prática na realidade – desenvolvida por meio de uma agenda de ações de intervenção na realidade.

Para a execução das ações informativas a campanha conta com alguns instrumentos de apoio, tais como a Central da Campanha no Portal RP-Bahia (www.campanha.rp-bahia.com.br); o blog oficial da campanha (<http://rp-bahia.blogspot.com>); boletins informativos eletrônicos; dentre outros instrumentos de comunicação digital.

Já a dimensão de intervenção prática na realidade tem sido desenvolvida a partir de uma agenda de ações que tem mobilizado de forma estratégica estudantes, profissionais e instituições em todo o país. Dentre as ações já desenvolvidas podem-se destacar:

- * os eventos que têm sido realizados nas escolas, cursos pré-vestibular, faculdades e empresas de todo o país;
- * o Prêmio Relações Públicas do Brasil, que teve o propósito de resgatar a memória da profissão no país a partir da história dos profissionais que mais se destacaram nos últimos tempos;
- * a publicação do livro Relações Públicas do Brasil, com a biografia dos vinte e cinco finalistas da premiação;
- * a doação de um exemplar do livro para cada faculdade de relações públicas do país;
- * a campanha “valorização começa com o registro na mão”, que pretende fortalecer as entidades de classe no país, incentivando o registro profissional;
- * além de disseminação de materiais de divulgação como cartazes e camisetas.

As limitações financeiras não podem limitar os ideais

O fato é que a campanha em si tem limitações muito grandes, visto que é autofinanciada por dois estudantes da área. Mas não há como negar que tem fomentado uma movimentação nacional, incentivando a comunidade a participar, provocando, instigando os profissionais a saírem da inércia e partirem para a luta, convocando as entidades representativas de classe a se posicionarem publicamente, mostrando a força que todos esperam que elas tenham. E

graças a esse novo posicionamento público, as entidades da área no Brasil têm emudecido muitos críticos mais irresponsáveis, uma vez que agora o que se faz, a comunidade fica sabendo e, conseqüentemente, valoriza.

A transformação (para melhor) da realidade das relações públicas no Brasil, portanto, já está em andamento, ainda que muitos não tenham se dado conta disso até então.

Assim, cabe a cada estudante e a cada profissional desse país dar a sua parcela de contribuição nesta luta, ampliando a sua participação e potencializando a atmosfera positiva em que se encontra hoje a profissão de relações públicas Brasil.

Maiores informações sobre a campanha podem ser obtidas no endereço:
www.campanha.rp-bahia.com.br