

III WORLD PUBLIC RELATIONS FESTIVAL

LANÇAMENTO

**CAMPANHA NACIONAL DE VALORIZAÇÃO DA PROFISSÃO DE
RELAÇÕES PÚBLICAS**

PALESTRANTES:

MARCELLO CHAMUSCA

MÁRCIA CARVALHAL

Brasília, 28 de junho de 2006

O SR. MESTRE-DE-CERIMÔNIAS – Convido, para a apresentação da Campanha Nacional de Valorização da Profissão de Relações Públicas, o Sr Marcello Chamusca e a Sra. Márcia Carvalhal, idealizadores do Portal RP-Bahia. (Palmas.)

O SR. MARCELLO CHAMUSCA – Bom dia a todos!

Antes de iniciarmos, como não poderia deixar de fazê-lo, gostaríamos de agradecer ao Newton Garcia a deferência do convite e por ter aberto esse espaço para a nossa campanha e agradecer a todos vocês que permaneceram aqui.

Vamos dar início à nossa apresentação.

A SRA. MÁRCIA CARVALHAL – A nossa campanha tem como *slogan* Relações Públicas, mais que uma profissão é uma causa, uma paixão, um caso de amor que começou em fevereiro do ano corrente por nós. Como já foi dito, somos idealizadores do Portal RP-Bahia, um *site* que tem um conteúdo 100% voltado para o ensino e a prática profissional das Relações Públicas e áreas afins.

Mas, antes de entrarmos na campanha em si, achamos que deveríamos fazer uma contextualização do momento histórico, para que vocês possam entender o que nos motivou a desenvolver essa iniciativa.

Com o nosso ingresso no curso de Relações Públicas, na faculdade, percebemos que existia um grande espaço a ser preenchido no que se refere à atuação dos profissionais de Relações Públicas na Internet brasileira. Tínhamos basicamente dois profissionais que atuavam e atuam com muita qualidade: o Prof. Valdir Gutierrez Fortes, à frente do Portal de RP e Transmarketing; e o Rodrigo Cogo, à frente do portal Mundo RP. No entanto, quando criamos o nosso *site* pensamos em torná-lo um instrumento coletivo para os nossos colegas e professores do nosso curso na nossa faculdade. Infelizmente, nosso objetivo não funcionou. Não houve adesão dos colegas e apenas um ou dois professores se propuseram a participar de forma muito mais efetiva. Então o nosso projeto ficou praticamente parado de maio de 2003 a dezembro de 2004.

Em janeiro de 2005, prestes a entrar no quinto semestre do curso de Relações Públicas, fomos tomados por um forte desejo de tocar o nosso projeto, independentemente de nossos colegas e de professores. E foi o que fizemos.

Então pensamos em possibilidades que pudessem tornar o nosso projeto algo que tivesse visibilidade e que pudesse contribuir de forma muito mais efetiva para a profissão de Relações Públicas. Não tinha sido essa a nossa escolha inicial. Mas, àquela altura, estávamos completamente apaixonados pelas Relações Públicas. Escolhemos, como primeira opção, Direito, e segunda opção Relações Públicas. E eu digo hoje que, de certa forma, somos advogados de defesa das Relações Públicas.

Partimos para leituras que pudessem nos iniciar nas características que um projeto de Internet teria que ter. O que nos mostrou os melhores caminhos foi o livro de José Benedito Pinho, "Relações Públicas na Internet". Dali tiramos muitas dicas importantes, cuja principal é de que um *site* de Internet tem que ter conteúdo relevante e atualizações constantes.

Decidimos transformar o *site* em portal. Através de pesquisas e conversas informais levantamos os assuntos que os estudantes e profissionais gostariam de encontrar num *site* da área. E criamos seções para dar conta das necessidades detectadas pelas nossas conversas informais. Mas pensamos: de que adianta um portal bem estruturado, com bastante conteúdo relevante se não for conhecido por todos e não for referenciado pelos principais Relações Públicas do Brasil?

Fizemos um pequeno planejamento que previa uma prospecção de apoio de lideranças da área. Levantamos os e-mails dos principais Relações Públicas do Brasil. Entramos em contato com eles, apresentamos o nosso projeto e pedimos a eles o apoio. Devemos confessar que achamos que aquelas pessoas, autoridades acadêmicas, profissionais de sucesso nacional e internacional nem iriam responder aos nossos e-mails. Dizem que o baiano gosta de Carnaval e pula de alegria. Quando começaram a chegar as respostas a gente pulava de alegria. Um e-mail de Ianhez! João Alberto Ianhez respondeu ao nosso e-mail! Cecília Peruzzo! Não, não acredito! Eu brinco com o Marcello assim: além de inteligentes, eles ainda são simpáticos e atenciosos.

Depois disso, levantamos esses e-mails, entramos em contato com eles e, um segundo ponto do projeto do qual não abríamos mão, era o da integração. Integração de colegas, de profissionais de Relações Públicas. Vamos valorizar mais a nossa profissão. A nossa profissão já é muito valorizada. Então vamos valorizar mais ainda. Fizemos convites a estudantes colegas de universidades de todo o Brasil e criamos as seções para dar conta dos desejos daqueles colegas que se propunham a participar, de forma mais efetiva, do nosso projeto.

E nessa linha, na busca por uma integração, surgiram três grandes produtos individualizados: a RP em Revista, uma revista eletrônica que tem obtido grande sucesso no contexto nacional e conta com estudantes de universidades de todo o Brasil. A *Newsletters*, orgulho de ser Relações Públicas, orgulho de ser RP, um informativo mensal que criamos para divulgar as novidades do portal e da nossa comunidade. E a seção Colunas e Colunistas que consegue agregar, num só espaço, alguns dos maiores articulistas da nossa área. Nomes como Sidnéia Freitas, Cláudia Moura, João Alberto Ianhez, Fábio França, Wilson Bueno, Heloísa Matos, Roberto Fonseca Vieira, Maria Aparecida Ferrari, Marcondes Neves e muitos outros grandes nomes da nossa Comunicação no Brasil.

Um ponto que não devemos deixar de falar é que o nosso projeto previa a parceria com dois grandes portais de Relações Públicas da Internet brasileira: o Portal de RP e Transmarketing, do Prof. Valdir, e o Portal Mundo RP de Rodrigo

Cogo. Esses dois profissionais sempre estiveram de portas abertas nos apoiando em todos os nossos projetos.

O SR. MARCELLO CHAMUSCA – A Márcia fez um apanhado do contexto em que surgiu esse desejo de iniciarmos a nossa Campanha.

Concebemos a Campanha em duas dimensões: a dimensão informativa e a dimensão da intervenção prática na realidade.

Na dimensão informativa ainda existem três subdivisões: por meio de ações informativas no ciberespaço, basicamente na Internet; por meio da criação e disseminação de material informativo impresso; e por meio de materiais de divulgação da Campanha.

A intervenção prática, na realidade, é realizada a partir de uma agenda de ações de intervenção nessa realidade, em busca de conscientizar empresários, a sociedade e os próprios estudantes e profissionais sobre a importância da atividade. Sempre dizemos que o nosso problema é a falta de conhecimento da nossa profissão pela sociedade. E, no decorrer da Campanha, percebemos que a falta de reconhecimento da sociedade em relação às Relações Públicas e em relação às empresas é um efeito de uma causa principal: a nossa falta de consciência de classe. Falaremos mais para frente sobre isso.

Como dizia, na dimensão informativa, dividida em três áreas de atuação em relação às ações informativas no ciberespaço, temos o apoio incondicional – usamos alguns instrumentos para isso - da nossa Central da Campanha dentro do Portal RP-Bahia, criamos um *blog* oficial da Campanha. Muito se falou em *blog* nesse nosso encontro e esse é um instrumento que também estamos utilizando para difundir a nossa Campanha.

Foi criada uma página interativa na RP em Revista. E nós trabalhamos também a campanha dentro da *Newsletters* Orgulho de ser RP. Uma das seções muito importantes dentro dessa dimensão é exatamente a de Textos do Prof. Dr. Fábio França, que neste momento já produziu quatro textos inéditos sobre o fazer da nossa atividade e da importância de valorizarmos a nossa atividade na sociedade.

Ainda na dimensão informativa, em relação às ações informativas no ciberespaço, contamos com o apoio das nossas entidades representativas de classe: o Conferp, bem como dos Conrerps, sobretudo da 2ª, 3ª e 4ª Região. Inclusive estava neste momento conversando com o presidente de dois desses Conreps, o Roberto e a Marta, que nos dão apoio incondicional nessa nossa luta, inclusive utilizando os *sites* dos Conrerps para isso.

Temos também o apoio ainda da ABRP Nacional, na pessoa do Prof. Snel, que está presente em nosso evento também, e das seções estaduais, sobretudo do grupo de Maceió, Alagoas, onde estivemos há pouco tempo apresentando um

trabalho no Intercom Nordeste. E tivemos contato com o trabalho maravilhoso que eles têm feito de abertura de espaço para as funções de Relações Públicas, em nível de Prefeitura Municipal de Maceió, e no Estado de Alagoas. Estamos tentando viabilizar esse case deles como uma ação da nossa campanha; ou seja, levar essa idéia maravilhosa que eles têm e esse arcabouço de ação que já montaram para dentro da campanha, para tornar isso uma célula para os outros Conrerps e para os outros Estados. Acredito que em breve vocês terão novidades sobre isso. Esse case também muito em breve estará disponível dentro da Central da Campanha.

Além das entidades de classe, temos o apoio de diversas instituições: a Associação de Ex-alunos de Relações Públicas da UniBH; do Portal de Relações Públicas e Transmarketing, do Prof. Valdir Gutierrez Fortes, que dá um destaque muito grande para nós, sempre na primeira página do seu *site*; e do Portal Mundo RP, do nosso mestre Rodrigo Cogo, como costume chamar. Temos também o apoio do Portal MundoRep, uma iniciativa hoje importante no Brasil. De trinta e seis faculdades que já se manifestaram publicamente, apoiando essa campanha em todo o Brasil, das cinco regiões do nosso País.

Temos também o apoio de estudantes e de profissionais de todo o Brasil também, sendo que um dos mais explícitos e importantes é do Prof. Fábio França, que como eu disse, já desenvolveu inclusive textos informativos da campanha de vários autores da área.

Hoje contamos já com um cadastro de 719 estudantes e profissionais que se inscreveram como multiplicadores da nossa campanha. Eles estarão multiplicando as ações práticas de intervenção que iniciamos no último dia 14 de julho, com um evento em Salvador.

Por meio da criação e dimensão de material informativo impresso estamos desenvolvendo uma cartilha, com o apoio de alguns dos principais autores de Relações Públicas do nosso País, inclusive já contatamos o Prof. Roberto Porto Simões que nos auxiliará na construção dessa cartilha. Como sempre faz ele prontamente se colocou à disposição.

Já produzimos também um cartaz que está disponibilizado na Internet para qualquer um baixarmos, imprimirmos e levarmos à nossa faculdade, ao nosso bairro, à nossa empresa, enfim, para divulgar a nossa campanha que tem um *slogan*, que traz um pouco de emoção, um pouco apaixonado, mas este é o momento de traduzir essa paixão, uma vez que somos apaixonados pela nossa profissão.

E por meio dos materiais de divulgação da campanha existe a camiseta da campanha, o adesivo veicular, o boné e os chaveiros e canetas que estão sendo produzidos. Trouxe um modelo da camiseta da campanha e vocês podem ficar sabendo como adquirir, inclusive, a partir da Central da Campanha, no Portal RP-Bahia. Este é o modelo do adesivo veicular.

Entramos na parte da dimensão da intervenção prática na realidade que será feita a partir de uma agenda de ações que foi inaugurada no Núcleo de Marketing da Bahia, onde fizemos alguns trabalhos, entregamos a menção honrosa à Prof. Clarissa Amaral, professora baiana que tem contribuído muito na formação dos Relações Públicas na Bahia, e com a palestra de, nada mais nada menos – para vocês terem uma idéia que estamos tendo em nível nacional – do atual presidente do Conferp Prof. João Alberto Ianhez, que esteve na Bahia exclusivamente e especificamente para fazer essa palestra de inauguração da nossa Agenda de Intervenção Prática na Realidade. Queremos agradecer imensamente a ele por todo o apoio institucional que tem nos dado.

Vamos aproveitar este fórum privilegiado para lançar oficialmente o Prêmio Relações Públicas do Brasil, mais uma ação prática de intervenção na realidade da nossa campanha. O prêmio é uma grande pesquisa nacional que pretende revelar quais os mais importantes profissionais de Relações Públicas no Brasil em três categorias: profissional de mercado, professor pesquisador e menção honrosa pela relevância histórica da contribuição *in memoriam*.

O concurso terá o formato de uma grande pesquisa nacional e pretende se constituir em uma forma de resgatar a memória e valorizar os profissionais de Relações Públicas que dedicam ou dedicaram suas vidas e dão ou deram importantes contribuições para o desenvolvimento de Relações Públicas no Brasil. Os candidatos poderão se inscrever através de um formulário *on line* que vamos disponibilizar no Portal RP-Bahia que ficará nesse endereço indicado na tela. Serão destacados os dez nomes mais lembrados de cada categoria para a segunda etapa. Na segunda etapa a comunidade vai votar para eleger os dez candidatos selecionados, entre esses dez os mais importantes Relações Públicas do Brasil.

A primeira etapa, em que receberemos as indicações com o nome dos possíveis candidatos ao mais importante Relações Públicas do Brasil, está sendo lançada hoje, neste momento aqui, no Congresso Mundial, e terminará no dia 28 de julho.

A segunda etapa, em que vamos votar efetivamente para eleger os mais importantes Relações Públicas do Brasil, se dará de 4 a 25 de agosto. E no dia 1º de setembro será anunciado o resultado final; ou seja, ficaremos sabendo quem são os Relações Públicas do Brasil.

A entrega do prêmio aos ganhadores ou representantes será realizada aqui em Brasília, na Universidade de Brasília, no período da realização do Congresso do Intercom, aproveitando a presença dos participantes do evento para abrilhantar a cerimônia de entrega da premiação.

A idealização dessa ação surgiu exatamente da idéia cogitada e levantada pelo Prof. Luiz Gonzaga, de Maceió - que se encontra aqui nos apoiando – no GT de Relações Públicas no Intercom Nordeste, realizado agora em maio de 2006. E

exatamente por essa idéia e por ter compartilhado conosco e cedido para nós como ação da nossa campanha, gostaríamos de agradecer o Prof. Luiz Gonzaga, esse nome lendário das Relações Públicas nacional. (*Palmas.*)

Dessa ação geram outras ações. Como forma de dar visibilidade e immortalizar o Concurso Relações Públicas Brasil, publicaremos dois livros: um com a biografia completa, vida e obra dos vencedores das três categorias; e outro com a biografia resumida dos outros 27 profissionais que concorreram ao prêmio. Esta é a capa do livro que vamos organizar em conjunto com o Prof. Luiz Gonzaga.

A segunda ação é a doação de um exemplar de cada livro, com a biografia desses profissionais que vamos eleger como os principais Relações Públicas do Brasil, para cada faculdade de Comunicação do País que mantiver um curso de Relações Públicas em andamento.

Dentro da nossa campanha vamos produzir uma outra campanha: Valorização começa com o registro na mão.

No decorrer da campanha percebemos que ela deveria atingir a causa do nosso problema e não os efeitos. Decidimos, então, a partir de conversas com os profissionais de todo o Brasil, que os dois pilares da nossa campanha deveriam ser: a luta pelo fortalecimento das entidades de classe, pois profissão reconhecida só é possível de entidades fortes; e a luta pelo registro profissional, uma vez que este é um item essencial para todas as profissões reconhecidas.

Vamos tomar as três profissões mais reconhecidas do mundo para justificar o que estamos falando: Medicina. Qual de nós pode conceber um médico exercer a sua atividade sem o seu registro profissional? Não existe. Qual de nós pode conceber um profissional de Direito advogar sem a sua OAB? Sabemos que isso não existe. E o engenheiro civil – a terceira profissão mais reconhecida do mundo – que não tem o seu Crea em dia sequer é considerado um profissional pelo mercado. Então, com isso, percebemos que não há como falarmos em valorização sem falar em registro profissional, uma vez que todas as profissões valorizadas no mundo são profissões que exigem o registro. É a regulamentação da atividade e tudo que isso pode trazer de benefício para nós.

Percebemos, a partir daí, que a nossa luta deve ser no sentido de atacar o problema na sua causa, como dissemos. Qual é a causa? A falta de consciência de classe da categoria. E não nos seus efeitos, aquilo que nós acreditávamos até então que era a causa: a falta de reconhecimento da profissão pela sociedade.

A partir daí pretendemos fazer *blitz* nas escolas, cursinhos pré-vestibulares, faculdades e empresas de várias capitais do Brasil. Já iniciamos ações em Salvador, em Maceió, aproveitando a nossa estada lá; em São Luís do Maranhão e em Brasília, aproveitando também a nossa estada aqui.

Estas são algumas imagens de alguns lugares em que estivemos trabalhando em faculdades, na orla de Maceió, quando lá estivemos.

Outra ação: produção e distribuição da cartilha. Como já dissemos, já está em fase de produção.

E, para finalizar a nossa apresentação, gostaríamos de pedir para o amigo colocar o vídeo de apresentação que fizemos.

(Exibição de vídeo)

O SR. MARCELLO CHAMUSCA – Conclamamos todos vocês a irem conosco nessa, a se juntarem a nós para que, definitivamente, sejamos aquilo que este congresso propõe: as vozes do mundo.

Muito obrigado. *(Palmas.)*

O SR. MESTRE-DE-CERIMÔNIAS – Lembramos que as atividades, à tarde, são divididas em três salas: duas onde estão localizados os *lounges*, e a aqui neste auditório.

As atividades terão início às 14 horas.
