

Campanha do Verde denuncia falsos anúncios de Relações Públicas

Verdinando, um personagem pré-histórico, inspirado em Barney, da série **Os Flintstones**, foi o símbolo da **Campanha do Verde**, desenvolvida pelo IAC/PUCCAMP, durante o ano letivo de 84. Faixas e cartazes, colocados nas salas de aulas e nos pátios do Campus I chegaram a lembrar, no início, um movimento em favor da ecologia. Semanas depois, era conhecida a finalidade da campanha: detectar os falsos anúncios que procuravam profissionais de **Relações Públicas**, quando na realidade apenas ofereciam empregos a pessoas que se interessassem pela venda de livros, carnês, imóveis ou títulos.

A professora Sidinéia Gomes Freitas, coordenadora do Departamento de Relações Públicas disse que essa era uma forma de incentivar nos alunos a defesa da profissão. O regulamento do concurso previa que quem recortasse maior número de anúncios (não foram aceitas cópias em xerox) teria como prêmio, determinado número de horas-atividade no laboratório de supervisão de estágio. A cor verde, de acordo com a professora Cláudia Maria de Cillo, foi escolhida como esperança de se fazer a profissão de Relações Públicas respeitada e compreendida.

O CONRERP (Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas) de S. Paulo recebeu o material do IAC/PUCCAMP e estabeleceu o seguinte esquema, elaborado por José Roberto de Almeida e Márcia Buzzi, coordenadores da Comissão de Fiscalização da Profissão: a) organização dos falsos anúncios encontrados durante a **Campanha do Verde**, eliminando-se os repetidos e colocando-os em ordem cronológica; b) pesquisas nas listas telefônicas, para encontrar os telefones correspondentes aos anúncios; c) remessa de cartas aos anunciantes, informando-os sobre a existência de lei regulamentadora da profissão e sugerindo às empresas que deixassem de utilizar o título "Relações Públicas"; d) aplicação de multa, se após 30 dias as cartas não tivessem merecido respostas. Na hipótese de esclarecimentos por parte dos anunciantes foram abertos processos administrativos que concluíram pelo arquivamento (se a situação fosse regular) ou na aplicação de multa (caso ficasse comprovado existir infração à lei).

Mais de duzentas cartas foram enviadas às firmas anunciantes, com retorno aproximado de cinquenta por cento. Diversas empresas alegaram desconhecer que a profissão fosse regulamentada e se comprometeram a não mais utilizar erroneamente a denominação Relações Públicas.

A **Campanha do Verde**, iniciada pelo IAC/PUCCAMP deverá ser adotada por outras universidades brasileiras, de forma ampliada. Passarão a ser colecionados e remetidos aos CONRERPs, além de anúncios, quaisquer cartões de visitas, impressos de cartas e notícias que se refiram a pessoas que aleguem ser profissionais de Relações Públicas, quando na realidade não possuam diplomas dessa área.

Sidinéia Gomes Freitas e Cláudia Maria de Cillo afirmam que os trezentos falsos anúncios encontrados pelos alunos do IAC/PUCCAMP representaram um êxito. Tudo foi feito com a ajuda e boa vontade dos professores e dos universitários, quase sem nenhum recurso financeiro. Em 85 talvez surjam patrocinadores que permitam a continuidade do trabalho.