



Caderno de Relações Públicas

**PRÊMIO
OPINIÃO PÚBLICA**

CONRERP-CONSELHO REGIONAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS - 2ª REGIÃO

**PRÊMIO DESTAQUE
PROFISSIONAL**

CONRERP-CONSELHO REGIONAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS - 2ª REGIÃO

**RELATÓRIO DA
GESTÃO 95/97**

CONRERP EM AÇÃO

**Destaque
Profissional:
Marlene Regina
Marchiori**

**Área:
Rural**

Relações Públicas na Área Rural

O mercado rural brasileiro vem sofrendo uma transformação profunda, processo que se acentuou nos últimos seis anos. O acirramento da concorrência de mercado, conseqüência da abertura da economia brasileira, e a necessidade de conquista dos mercados internacionais também pelos produtos brasileiros estão exigindo mudanças de atitudes e posicionamentos, além de novos critérios de avaliação de produtos. Esta evolução tem possibilitado um imenso mercado de trabalho para os profissionais de comunicação, já que a qualidade do produto final exige a total reformulação de conceitos.

Na área rural especificamente, é crescente o número de propriedades que passaram a visualizar a administração com os mesmos critérios de empresas, se profissionalizando e investindo maciçamente em comunicação e treinamento de funcionários, bem como em novas tecnologias. Este movimento tem proporcionado maior lucratividade, produtividade e reconhecimento internacional do padrão dos produtos agropecuários brasileiros.

É uma área que vem se consagrando com a atuação dos profissionais de Relações Públicas, onde, além, das ferramentas convencionais, demanda crescimento contínuo de novas técnicas e programas, visando adequar este trabalho à uma linguagem, realidade e característica totalmente diversas, que são as propriedades rurais, industriais e serviços que englobam a cadeia produtiva agribusiness.

O trabalho bem sucedido de comunicação junto à Estância 3M vem sendo realizado há 5 anos, comprovando que os resultados nesta área são evidenciados com o tempo e, principalmente, com o trabalho contínuo e planejado. Uma atividade - principalmente a de Relações Públicas - que se organiza, direciona, comunica, transforma e avalia estratégias que fundamentam o relacionamento da empresa com seu públicos.

Quando, no início do trabalho com a 3M, foi percebido que a propriedade era conhecida e valorizada em seu pioneirismo entre criadores Limousin e Nelore. Porém, um grande público poderia ser trabalhado, ampliando a atuação da 3M em novos focos valorizando tanto a marca, como as qualidades do Limousin para a pecuária brasileira.

Relações Públicas na área rural não é diferente. A profissionalização se inicia no proprietário e aos poucos é disseminada e valorizada por todos que compõem a empresa agropecuária. A atividade nasce em conversas informais, onde há a necessidade de perceber o interesse do proprietário rural em um plano. Assim, podemos passar a segunda etapa: apresentação de uma proposta envolvendo ações básicas e primordiais, buscando a fidelização dos públicos. O que diferencia é o fato de muitas empresas agropecuárias estarem vendo hoje a necessidade da comunicação estratégica, aquela que cria valores efetivos para a organização.

O que importa, mais uma vez, é o conhecimento profundo da linguagem e do respeito ao transformar uma informação. Assim, fica mais fácil e inteligível a mensagem, o produto, o serviço, o conceito institucional - por que não? - entre tantas outras áreas a serem trabalhadas. Na realidade, o que fazemos é profissionalizar a comunicação estratégica da empresa agropecuária, sendo necessário encontrar formas de manifestar sua filosofia, mantendo-a próxima, ativa e pró-ativa junto aos públicos.

Neste caminho, visualizamos a ABAG - Associação Brasileira de Agribusiness, tornando o cliente Estância 3M muito mais que uma empresa rural "voltada para dentro da porteira", inserindo-a no contexto do mercado nacional e internacional da pecuária e de toda a cadeia produtiva envolvida, tanto em nível de qualidade e tipificação da carne, como na utilização de novas técnicas de melhoramento genético e manejo, beneficiando o último elo da cadeia produtiva - a mesa do consumidor.

O trabalho do profissional de Relações Públicas não pára por aqui. É um crescimento contínuo, personalizando cada ação, direcionando as atividades para as expectativas e necessidades dos objetivos traçados em parceria com a empresa agropecuária. A percepção, embasada em levantamentos qualitativos e quantitativos para a determinação de estratégias que conduzam a organização agropecuária para sua excelência, evidencia a prática das Relações Públicas na área rural.