

sinal aberto!

Curso de Comunicação Social
Newsletter da Disciplina
Planejamento da Comunicação Institucional
Ano 1 - Número 10 – 2ª semana de maio de 2007
Editor – Cleon Gostinski



Lágrimas que fazem amadurecer

Silvia dos Santos

À medida que cada hora passa, sentimos a sensação que não podemos mais buscar aquilo perdemos. Podemos ter perdido a criança que um dia existiu em cada um de nós.

Como era bom quando eu era criança. Não tinha obrigações com nada. Não precisava me preocupar com minhas roupas, com a comida da mãe. Tudo sempre estava pronto e na hora certa.

O tempo passou e eu não tenho mais aquela agilidade de subir no pé de abacateiro para brincar de esconde-esconde, nem de pegar um skate e descer lomba abaixo sentada. É bom lembrar e ver que fui uma criança feliz, que tudo foi no seu merecido tempo.

Hoje, tenho que me preocupar com o trabalho, com minha casa, com a faculdade e muitas outras coisas.

Quando fiz o vestibular para o curso de Relações Públicas, não fazia a menor idéia do que era, mas eu resolvi fazer e passei.



Nara Vieira da Silva Osga

Às vezes me identifico com o curso, têm vezes que eu o rejeito, que chego a chorar. Talvez estas horas de lástima sejam por não ter oportunidade de colocá-lo em prática.

O mercado de trabalho aqui na região é tão complicado. Como devemos agir? O que fazer para mudar essa situação?

Primeiramente, todos os empresários, lojistas e muitos outros deveriam entender que um profissional de Relações Públicas não é um balconista. Esta é uma concepção que muitos têm desta profissão.

É sim uma profissão bastante diversificada, com várias possibilidades de atuação.

Devemos buscar àqueles que acreditam em nossa profissão, mas o que se faz quando não se tem oportunidades, quando tudo é muito restrito!

É por isso que, às vezes, tenho saudade do meu tempo de criança. Cada arte que eu fazia é por que sempre tive uma oportunidade, e porque me julgavam por aquilo que eu era, uma criança.

Ser empreendedor: um dom ou aprendizado?

Inês Manthei

Os pais, em sua maioria, sonham para os seus filhos um emprego em uma grande empresa com um ótimo salário e muitos benefícios. Os valores do nosso ensino, também sempre foram voltados para a formação de profissionais que vão buscar emprego no mercado de trabalho. Porém, com a globalização e os avanços tecnológicos, é preciso pensar em outras alternativas de atuação profissional.

Criar uma atividade própria é uma decisão de caráter pessoal. Algumas pessoas apresentam características empreendedoras desde muito cedo. Já, outras, nem cogitam a possibilidade de um dia terem o seu próprio negócio. Acham arriscado e, principalmente, cômodo ficarem na situação em que estão, mesmo que não seja satisfatória.

Lembro que, quando fiz a cadeira: Teoria Geral da Administração, o professor Roberto Moraes, falou da polêmica que havia em torno desta disciplina fazer parte da grade



Mihai Eustatiu

curricular dos alunos de comunicação. Ele, obviamente, defendia a questão, afirmando que nós também poderíamos ter o nosso próprio negócio, necessitando assim algum conhecimento sobre o assunto.

Apesar do profissional de relações públicas ter um amplo mercado de trabalho, agora faltando pouco para a formatura, fico pensando na possibilidade e no desafio de ter a minha própria empresa. Acredito que não exista um método para tornar-se um empreendedor, não há uma “receita”. Todas as pessoas podem ser empreendedoras, basta acreditar no seu potencial e na capacidade de realizar seus sonhos.

Encantar é a tônica do negócio

Camila Luiza Petry

Após todos os encontros que tivemos tanto em sala de aula como em atividades extra classe, aprendemos que nenhuma empresa consegue sobreviver com funcionários que apenas seguem ordens. O ambiente competitivo, o número de mudanças e a velocidade do mercado nos obrigam a agir de maneira diferente.

A profissão de Relações Públicas exige muito mais do que execução de ordens recebidas, é preciso transformar as necessidades em oportunidades.

Temos que ser os profissionais da ação, profissionais da iniciativa!

Nas empresas onde exerceremos as tarefas de Relações Públicas, não podemos deixar que as idéias partam da direção das corporações, teremos que causar sempre boa impressão, demonstrar habilidades, estar atentos às mudanças no mercado. Com isso,

adquiriremos confiança e, principalmente, respeito dentro das organizações.

Outro ponto que aprendemos é que, antes de mudarmos as coisas, é necessária uma mudança em nós mesmos. Temos que assumir o controle, evitar desculpas, principalmente, criando soluções e fazer com que estas mudanças ocorram mediante implementação de ações muito bem elaboradas, planejadas, organizadas e executadas.

Por diversas vezes, os profissionais de diversas áreas falam muito mais do que agem. Na concorrência diária teremos que ser exceção, nos tornarmos profissionais reconhecidos pelas nossas ações e iniciativas.

Nosso futuro está em nossas mãos, com muita competência e dedicação, o mercado oferece as oportunidades, mas cabe ao profissional se moldar e assumir a responsabilidade.



Christian Carollo

Somos os profissionais da “vitrine”, da inovação, da mudança e da transformação. Não podemos fazer apenas o que nos solicitam, teremos que trabalhar com respeito, honestidade. Afinal, encantar é a alma do negócio.

Enxergando com a mente, sentindo com a alma

Elisete Rodrigues de Souza

É interessante como cada pessoa pode ter uma visão completamente diferente do que a outra a respeito de um mesmo assunto. Por várias vezes já me questionei sobre isso. Porém, assistindo ao filme *Janela da Alma*, pude ter uma opinião ainda mais concreta

sobre esse assunto. Constatei que, realmente, o olhar é uma questão de interpretação. Gostei do que o professor de Literatura Paulo Cezar Lopes falou. Para ele, o real não existe, é sempre um olhar. Cada experiência de olhar é um limite. Também gostei do questionamento do poeta Antônio Cícero: “Se o olho é a janela da alma, então você tem que olhar por essa janela com outro olho... A janela não olha. Quem olha é o olho...”.



Luciano Tirabassi

Realmente, o que vemos, de um modo geral, é constantemente modificado pelo nosso conhecimento, nossos anseios, desejos, emoções, cultura... Podemos ver com os olhos da mente.

Pensando nas atividades de relações públicas, percebemos que exige muita sensibilidade, interpretação e, até mesmo, inspiração.

A tarefa de solucionar problemas não é fácil e, para conseguir realizá-la, o profissional de Relações Públicas deve ter muita tolerância e prudência. Deve ter certo *feeling*, certo olhar diferenciado para cada situação. O Relações Públicas é um observador, um grande olheiro, um visionário!

Ele é um mediador, alguém que lida com conflitos, que procura soluções para esses. Um Relações Públicas deve ser conhecedor das ciências sociais, pois se relaciona com diversos setores e define estratégias. E para sondar, diagnosticar, prognosticar e intervir no processo é necessária a existência de um conhecimento teórico, mas também se faz importante a vivência e o sentimento de humanidade. É fundamental, ainda, um acúmulo de informações, atualizações, conhecimento da tecnologia e os meios de comunicação de massa, mas também é preciso solidariedade e olhar reflexivo, indagador, que enxerga além dos

paradigmas, além do que os olhos físicos podem ver. O Relações Públicas precisa enxergar com a mente e sentir com a alma.

Investindo na imagem pessoal

Camila Luiza Petry

No semestre passado na disciplina de Diagnóstico e Pesquisa em Comunicação discutimos sobre as 12 regras de ouro que o profissional de Relações Públicas deve cumprir na execução das tarefas do seu cotidiano, elaboradas pelo professor Cleon Gostinski.

Uma das regras aborda como o profissional deve se vestir, pois a apresentação pessoal em público é essencial. Entrevistas, visitas em empresas, reuniões de negócio: em todas estas situações uma boa impressão pode ser de fundamental importância na obtenção do sucesso.



Corbis RF

O tempo em que etiqueta era chamada de “frescura” é coisa do passado. Hoje ela é uma ferramenta importantíssima para a prática de ações de bom gosto, de cordialidade, de bom relacionamento. A etiqueta é sinônimo de bom senso. É necessário preparo para podermos em algumas situações não colocar tudo a perder.

A escolha da roupa é um fator decisivo para causar boa impressão. É também um requisito básico e necessário a um entrevistador na realização do trabalho de pesquisa, pois ele deve se apresentar corretamente diante das pessoas que serão entrevistadas. O traje deve ser sempre escolhido com cuidado e de acordo com a empresa.

Não podemos usar roupas formais em empresas mais informais ou vice-versa. Outro cuidado importante, que deve ser levado em conta, são as combinações, os decotes e as cores das roupas. A escolha da roupa transmite uma imagem positiva e confiável. Vale a pena investir em roupas bem cortadas e em tecidos de qualidade, sempre levando em consideração as cores. O profissional de relações públicas trabalha com imagem e deve saber que ser elegante é vestir-se de acordo com o ambiente, hora e ocasião.

O Relações Públicas como interventor na cultura organizacional

Michele Maserà

Esta semana iniciarei meu artigo contando uma pequena parábola, que fala sobre a cultura organizacional.

Um grupo de cientistas colocou vários macacos em grande jaula contendo no centro um poste alto, onde eram penduradas bananas todos os dias. Quando um dos macacos subia no poste para pegá-las, todos os outros recebiam jatos de água fria, que só parava quando o macaco desistia de tentar pegar as bananas. Depois de certo tempo, quando um macaco tentava subir no poste para pegar as bananas, os outros o pegavam e o enchiam de pancadas. Depois de algum tempo, nenhum macaco tentava subir no poste, apesar da tentação das bananas.

Os cientistas tomaram então duas novas atitudes. Primeiro, pararam com os jatos de água fria e, segundo, substituíram um dos macacos por um novo. A primeira coisa que o novato fez foi tentar pegar as bananas. Porém, foi sumariamente surrado antes que conseguisse seu objetivo.

Os macacos foram trocados um a um, até que não restasse na jaula nenhum do grupo

original. Ficaram na jaula seis macacos, que, mesmo que nunca tivessem tomado uma ducha fria, continuavam batendo naquele que tentasse pegar as bananas.

Se fosse possível perguntar a algum deles por que batiam naquele que tentasse pegar as bananas, a resposta, com certeza, seria: não sei, mas as coisas aqui sempre foram assim.



Lars Christensen

Notei que o primeiro grupo agiu sobre uma ação física e psicológica externa, mas na medida em que os macacos eram substituídos, estes novos não sofriam mais a influência externa, apenas a interna.

Fatos como este, são situações que ocorrem em diversas organizações todos os dias. Por comodismo, insegurança ou até por falta de informações, o que ocorre na maioria das vezes, são pessoas que se viciam ao modo de agir de seus colegas perpetuando um ciclo vicioso. Ninguém mais sabe por que está realizando esta ou aquela atividade, apenas a faz. Tudo se torna tão mecanicista e automático que não há questionamentos. Se o que fazem é realizado da melhor maneira ou mesmo se existiriam outras formas de realização das tarefas.

Como profissionais de comunicação precisamos compreender como se dá o inter-relacionamento de tarefas nas organizações. Primeiro, precisamos entender os elementos, suas influências externas e internas e a cultura que fazem parte desta rede. E, para identificar o que leva uma organização à atual cultura, devemos mapear os seus elementos desde que iniciaram na empresa. Não podendo deixar de esquecer em fazer o mesmo com a organização em si, seu mapeamento também é necessário.

Pesquisas, conversas informais, reuniões e observações são algumas das formas que poderemos utilizar para iniciar um estudo da cultura organizacional.

Com todos os dados necessários deve ser realizado um diagnóstico da situação. A partir de então, desenvolver-se-á o planejamento,

onde serão sugeridas ações que podem ser a criação de materiais impressos, o uso de folhetins, newsletters, intranet e murais. Enfim, estas e outras diversas ferramentas da comunicação interna para trabalhar uma mudança de comportamento.

Eventos disseminam conhecimentos sobre identidade profissional

Michel Ayres Machado

Com a intenção de estar bem informado e compartilhar meus conhecimentos e descobertas com professores e colegas



Thorsten Epping

através de nosso newsletter semanal “sinal aberto!”, concentro minhas buscas diárias por assuntos ligados à profissão de Relações Públicas ou na área de comunicação, nos meios que tenho acesso. Além de receber algumas informações através da amiga jornalista Rosângela Alves que mantém seu site de jornalismo o Livre Mercado abastecido de informações diárias. Em uma de suas matérias Rosângela “Ro” (como ela prefere ser chamada) comentou sobre a área de eventos, e como nossa futura profissão é relacionada diretamente com esse setor. Aproveito o gancho para divulgar em nosso meio de comunicação semanal a informação que me foi passada por ela.

A ICCA - International Congress & Convention Association, a maior entidade mundial no setor de eventos, no mês de Abril, divulgou que o Brasil está entre os dez países que se destacam no ramo de eventos, ficando em 7º colocado. Isto me deixou muito contente, pois nossa futura profissão foi um dos principais colaboradores para esse feito, já que temos profissionais capacitados para

planejar e executar excelentes eventos. Observando essa informação ressalto que, se o Brasil mantiver esse destaque e avançar algumas posições, com certeza nossa profissão terá muito a ganhar. Como bom gaúcho, após adquirir experiência e estabilidade na profissão, me fortalece a vontade de trazer grandes eventos ao nosso estado e, entre eles, o que mais gostaria de hospedar em nossa região seria, com certeza, um encontro de profissionais de Relações Públicas.

Além desta, ser a profissão que escolhi para exercer, ainda vejo certa carência em nossa região de conhecimento e de reconhecimento desse profissional. Acredito que um evento como esse, aqui no Rio Grande do Sul, abrirá espaços maiores em empresas aqui estabelecidas.

No preço que paga está o valor que você procura!

Adriana Fritz Gomes

Estamos passando por um momento onde a concorrência é nossa maior inimiga e, para vencê-la, precisamos estar sempre atualizados as novas tecnologias, aos novos mercados. O tempo não pára! Ele voa.... Nós precisamos sim, acompanhá-lo para conseguirmos alcançar o sucesso tão esperado.



Michal Koralewski

Nós, profissionais de Relações Públicas, precisamos estar muito mais atentos a tudo e a todos, pois o nosso sucesso é o sucesso de nosso cliente. Precisamos também ter maturidade suficiente para aceitarmos as mudanças.

É por isso, que gostaria de convidar a todos os profissionais, professores e estudantes do

Curso Comunicação Social, principalmente da em Habilitação Relações Pública a participar do I Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, que se realizará nos próximos dias 3, 4 e 5 de maio, na Universidade de São Paulo – USP.

Este evento tem por objetivo a troca de informações e conhecimentos entre estudantes e profissionais, para a mostra do desenvolvimento contínuo das pesquisas de estudos críticos da produção de conhecimento desta área. Maiores informações sobre o evento no site www.eca.usp.br/abracorp.

A Agência de Relações Públicas da FACCAT está organizando um grupo para o evento. Os interessados podem entrar em contato com a professora Andréia Athaydes – através do e-mail: athaydes@faccat.br ou na Secretária do Curso.

Somos nós que buscamos o sucesso tão desejado. Para ser um sucesso, é necessário dedicação, muito estudo, e, principalmente, ter paixão pela nossa profissão. São essas e tantas outras qualidades que devemos colocar em prática em todos os momentos de nosso dia-a-dia. Por isso, precisamos aproveitar oportunidades como esta para conseguirmos conquistar nosso espaço no mundo da concorrência.

No preço que paga está o valor que você procura!

O profissional “solitário” especialista em interações sociais

Paula Cristiane Pereira dos Santos

Como acadêmicos de Relações Públicas aprendemos a interagir com os diversos públicos, assim como, planejar, executar, assessorar e tantas outras atividades relacionadas à nossa profissão. O professor ensina o conteúdo de sua disciplina, de maneira igual para todos os alunos.

Cada aluno coloca em prática o que aprendeu à sua maneira, pois temos personalidades diferentes uns dos outros. As diferenças são fruto da personalidade de cada profissional, sua maneira de vestir, falar, escrever e se expressar.

Quando iniciei o curso de Relações Públicas escutava muito os alunos de outros cursos falarem que os estudantes de comunicação se vestem de maneira “diferente” para chamar atenção.



Emiliano Spada

Com o passar dos semestres, o que pude observar, é que cada aluno se tornará um Relações Públicas com suas próprias características.

Alguns são mais espontâneos e criativos, seguem sua primeira

intuição, podendo assim, tornarem-se profissionais mais práticos. Outros são quietos, isso não significa tímidos. Eu descreveria observadores. Eles analisam muito antes de por em prática uma ação, são mais racionais e cautelosos, mas todos têm algo em comum, são comunicadores.

Nós, Relações Públicas, somos profissionais “solitários”. Desenvolvemos praticamente sozinhos nosso trabalho, mas precisamos uns dos outros. Precisamos manter e trocar contatos para obtenção de informações exclusivas, de novas tecnologias para eventos, por exemplo.

Somos comunicadores e interagimos com relações sociais.

Um enigma de confiança revela a transparência de ser

Fabiane Denice Gerhardt

Desde criança sempre acreditei em sonhos, duendes, fadas, bruxas e amigos invisíveis. Mas, também sempre acreditei em gente. Sim, em gente, em atitudes humanas. Desde criança sempre ouvia meus pais falarem que honestidade, sinceridade e confiança fazem parte do conceito das relações, sejam elas profissionais ou pessoais.

No entanto, sempre acabo sofrendo ou me magoando. Já “emprestei” meu nome e já paguei dívidas por atitudes das pessoas em quem acreditava. Porque sempre acredito e

confio. Escolho com cuidado as pessoas que realmente tenho afinidade para serem meus amigos. Conheço pessoas que dizem “fulano” é meu amigo. Porém, a verdadeira amizade vai muito além do termo “amigo”. São nas horas boas ou difíceis que ele se apresenta. No momento em que estamos com alguma dificuldade ele aparece, estendendo a mão.



Maira Kouvara

Lembro de ocasiões em que já chorei por acreditar e confiar. Porque confiança é uma palavra mágica. Se procurarmos no dicionário pode-se defini-la como: “segurança e bom conceito que se faz de alguém, crédito, intimidade, familiaridade”. Acredito que estes atributos façam parte daquelas pessoas que vivem em nossas vidas: pessoal e profissional.

Algumas vezes, pessoas que considero especiais me magoam. É muito difícil de aceitar, porque considero as verdadeiras amizades especiais e raras. Acabo me doado, me envolvendo, me sensibilizando, e, às vezes, acabo esquecendo de mim. Sou tão transparente que não consigo esquecer, a decepção fica estampada na minha cara.

Algumas pessoas me dizem “que sou muita boba” por ser assim, não sei se posso denominar como qualidade ou defeito, mas faz parte de mim. Acabo esquecendo que nem todas as pessoas são como eu. Sei que para entender as pessoas é preciso se colocar no lugar delas, respeitar seu espaço, suas idéias, seus sonhos, seu modo de ser e ver as coisas.

Desta forma, vamos construindo pontes pelo caminho interligando maturidade, honestidade, sinceridade e confiança. Com essas qualidades ou defeitos, construímos respeito e verdadeiras amizades.

Apesar de transparente, sou humana possuo sentimentos que causam tristeza e alegria na vida pessoal e profissional.

O Relações Públicas necessita ser um *expert* em pessoas

Luiz Fernando Valentini

A administração de pessoas compreende uma importante função de gerenciamento nas organizações, sejam estas públicas ou privadas. As mudanças constantes ocorridas nas relações de trabalho têm provocado alterações no modo como as pessoas passaram a ser consideradas dentro do contexto organizacional.

Assim, a cada dia que passa, surgem novas discussões sobre como valorizar as pessoas no trabalho, visto que estas são molas propulsoras para o pleno funcionamento e desenvolvimento das organizações. O profissional de Relações Públicas tem o privilégio de, entre várias atribuições, poder trabalhar as relações entre colaboradores e, também, intermediar os conflitos provenientes de problemas de comunicação. As empresas de grande porte, normalmente, apresentam uma estrutura na área de gestão de pessoas bem sedimentada para dar sustentação e equilíbrio entre os vários



Boromir Aragon

setores. Assim, conseguem manter ou buscar uma cultura organizacional bem

definida, que se identifique com a visão e a missão da empresa.

Um adequado trabalho de Relações Públicas dentro das organizações, com certeza, irá conduzi-las a um ganho de produtividade de seus funcionários, além de mitigar conflitos nas relações entre empregados e patrões e empregados.

Responsabilidade Social através das Relações Públicas

Maria Graziela da Silva

As organizações buscam, atualmente, encontrar uma “identidade cidadã”. Passam a estar mais conscientes da sua missão em assumir o papel de empresas catalisadoras do bem social, mas de forma consciente e não paternalista.



Marcelo Gerpe

Assim, o mercado de trabalho reafirma a necessidade de que sejam contratados profissionais capazes de interpretar as inúmeras variáveis envolvidas na participação social: o relações públicas.

Ter conduta ética e assumir a prática da responsabilidade social significa fazer esforços para ajudar as organizações a cumprir com sua missão, estabelecendo padrões que possam servir aos interesses dos seus públicos e delas próprias.

As relações públicas têm a responsabilidade de identificar problemas que, de algum modo, possam afetar a sociedade. Seu papel não se resume em divulgar as realizações de uma organização, mas sim, em estabelecer interfaces sadias para o exercício da responsabilidade para com a sociedade.

Então, a atividade de Relações Públicas de uma organização será mais ética, quando tiver um papel a representar perante a

sociedade, pois a melhoria da credibilidade organizacional está na descrição real do seu negócio ou produto.

Nesse sentido, a finalidade de Relações Públicas consiste em estabelecer uma ligação duradoura entre a organização e a sociedade, de modo a criar, também, um clima de confiança e aceitação.

É sempre bom entender a voz da experiência

Tiago Israel Lincke

Tânia Carvalho, jornalista conceituada e vista como um verdadeiro ícone da televisão gaúcha, relatou sua trajetória de vida pessoal e suas satisfações voltadas ao meio profissional, para cerca de 200 pessoas no Centro de Cultura Carlos Paschoal Magno, em Novo Hamburgo no último mês de abril.

Com uma energia contagiante e muita disposição, Tânia comentou sobre seu trabalho e sua experiência no ramo da comunicação. Ela deixou bem claro, que o profissional de comunicação necessita ler muito a fim de fazer frente aos desafios que equaciona diariamente. Nos dias de hoje, o ato de manter-se informado faz com que se tenha mais facilidade e clareza no momento de desenvolver projetos e ações. O ato de manter-se informado também se torna fundamental no momento de buscar meios de contornar possíveis acidentes de percursos que cada campanha possa vir a sofrer.

Tânia fez questão de passar à todos que o mais importante, acima de tudo, está na vida pessoal que cada um venha a ter para si. Disse que a saúde e a satisfação interior é o que faz

com que se colham bons frutos no final de nossas carreiras.



Tomboror