

TECNOLOGIAS E INFORMÁTICA NAS ORGANIZAÇÕES

Vera Regina S. Gerzson¹

Karla Maria Müller²

RESUMO

O objetivo deste *paper* é apresentar considerações a respeito de como a informática contribui com o trabalho do estrategista da comunicação no desenvolvimento de suas atividades junto a organizações públicas, privadas ou do terceiro setor. A análise está calcada em referenciais teóricos das Ciências da Comunicação e tem como objeto de estudo questões levantadas em instituições que foram palco de estágio orientado dos alunos de relações públicas da FABICO/ UFRGS, no período de 1998.

INTRODUÇÃO

Quando atuando em regime de dedicação exclusiva junto à universidade o professor passa a vincular-se ao mercado de trabalho em situações esporádicas, através de consultorias ou assessorias (em muitas vezes voluntária), ou via orientação de estágios desenvolvidos pelos acadêmicos. Neste caso, o aluno passa, no bom sentido, a representar o acesso ao mercado de trabalho e as organizações passam a configurar-se como portas de entrada, verdadeiros laboratórios onde o aluno tem condições de colocar em prática seu aprendizado, em muitos casos, a primeira investida no mundo do trabalho.

A partir do que os alunos trazem para a sala de aula, temos procurado desencadear um processo reflexivo, não nos esquecendo do que se passa no contexto onde as organizações estão inseridas, enviando produtos, serviços e mensagens para o meio ambiente - a sociedade - e recebem ou sofrem o que este tem a oferecer.

No caso em questão, além de termos a permanente preocupação de fornecer orientação e subsídios para o aluno, procuramos “entender” o que se passa nas organizações e mais, refletir constantemente sobre a prática profissional do comunicador nas instituições. Entre outras coisas,

¹ Mestre em Educação pela PUCRS, Profa. do Departamento de Comunicação da FABICO/ UFRGS.

² Doutoranda em Comunicação na UNISINOS, Mestre em Comunicação pela PUCRS, Profa. do Departamento de Comunicação da FABICO/ UFRGS.

somos co-responsáveis na indicação do uso de tecnologias nos processos comunicacionais, bem como fazer com que o aluno-estagiário tenha percepção de como e onde usá-las de modo a alcançar resultados positivos.

É também neste momento (e espaço) que se estabelece um processo avaliativo com relação ao emprego, necessidade, importância e validade das novas e tradicionais mídias para as organizações, na busca de efetivarem um processo de comunicação dinâmico e contínuo com a preocupação de se estabelecer vias de dois (hoje vários) sentidos e simétricas.

A ocasião é propícia para este tipo de discussão. Estamos vivendo num período de remodelação (desregulamentação ou re-regulamentação) dos Cursos de Comunicação Social, refletida nas novas diretrizes curriculares a serem estabelecidas e que terão que ser absorvidas e implementadas. Por outro lado, a proliferação da informática dentro das empresas, indústrias, comércio, serviços públicos etc. é inegável e toca diretamente no trabalho do comunicador, por conseguinte do relações públicas, do jornalista, do publicitário, enfim, dos que estão direta ou indiretamente ligados ao uso (e abusos) das tecnologias de ponta. Neste sentido, faremos algumas considerações a respeito destes elementos para então tecermos nossos comentários, frutos de questões que nos pareceram pertinentes não só para os professores e alunos mas também para os profissionais da área.

ORGANIZAÇÕES E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

Empregar o termo “moderno” passa a ser delicado até porque, na grande maioria das vezes, ele passa a ser entendido como algo novo, inovador. Se levarmos em conta o momento em que estamos vivendo, podemos verificar que esta expressão vincula-se, em muitos casos, à informática, às novas tecnologias.

Tomando como exemplo a designação de moderno ligado à empresa, teremos um aporte que nos diz o seguinte: “A empresa moderna, portanto, sendo uma força em movimento contínuo, é diferente da concepção antiga de empresa, onde o mesmo processo, muito mais lento sem o dinamismo da máquina, sofria interrupções na medida em que se agravava a ambição humana de acumular riquezas em lugar de incentivar a livre circulação.” (Penteado, 1993, p. 41).

Como é possível perceber, o moderno está ligado a várias questões como algo rápido, ágil, à utilização da máquina, mas levando em conta o fator humano no processo. No entanto, há avanços que buscam ampliar o sentido desta expressão:

“As organizações modernas assumem novas posturas na sociedade de hoje. A velocidade das mudanças que ocorrem em todos os campos impele a um novo comportamento institucional das organizações perante a opinião pública. Elas passam a se preocupar sempre mais com as relações sociais, com os acontecimentos políticos e com os fatos econômicos mundiais. (...) Elas têm de assumir posturas cada vez mais claras, definidas e precisas.” (Kunsch, 1997, p. 141).

Nas colocações expostas acima, referido a organizações, abre-se mais a concepção. Uma instituição para ser “classificada” assim, precisa demonstrar que está envolvida com questões que vão além do fato de estar cumprindo com a sua missão. Ela deve apresentar-se como elemento constitutivo da sociedade, levando em conta que está lançando produtos, serviços, mensagens no meio ambiente onde está inserida e que este também lhe fornece uma série de elementos que são indispensáveis para a existência de ambas as partes. Mais do que isto, a interação é fundamental e o espaço onde ocorre as inter-relações deve estar bem estabelecido de modo a buscarem a harmonia social.

Pois bem, tentamos trazer algumas questões que buscam definir o que venha a ser uma organização moderna, alguns aspectos que devem ser considerados para que ela possa se enquadrar nesta proposição. Passemos agora a entender como se dá a investida do aluno-estagiário neste ambiente organizacional que passa a constituir-se no “cenário” de aprendizagem.

Entendendo a sala de aula como local de crescimento pessoal e interpessoal; de trocas de experiências significativas; de incentivo para a descoberta e a criação; de desenvolvimento da habilidade de pensar, refletir e criticar; como espaço de construção de integridades (éticas) pessoais e profissionais; de interatividade teórica e prática, a universidade, e em especial a disciplina de Laboratório de Estágio, torna-se um desafio.

Ao fazer a conexão teoria-prática, aliadas às realidades culturais das organizações, os

alunos encontram muitas dificuldades. Neste estudo analisamos uma delas: a dificuldade de trabalhar a teoria das novas tecnologias, das redes de comunicação, com a rotina ainda arcaica e amadora que vai da falta de planejamento administrativo e de comunicação até o absoluto desconhecimento da importância da identidade organizacional e do relacionamento com os públicos. No intuito de esclarecer o caminho que estamos seguindo, torna-se fundamental esclarecermos alguns pontos a respeito da disciplina que oferece uma orientação ao aluno-estagiário. Para tanto, trazemos aqui a súmula que norteia a disciplina denominada de Laboratório de Estágio:

Estágio curricular a ser desenvolvido através de atividades práticas, pelo aluno em organizações públicas, privadas e instituições sociais, de acordo com plano de trabalho específico, vinculado à habilitação do aluno (Jornalismo, Propaganda ou Relações Públicas) devidamente aprovado. Estágio vinculado à orientação da Comissão orientadora de Estágio, conforme normas definidas pelo Anexo I da Resolução nº 07/90 da COMGRAD/ COMUNICAÇÃO.

Para contemplar estas exigências, os objetivos de trabalho com os alunos são desmembrados nos seguintes itens:

- ✓ Integrar teorias e práticas de comunicação a objetivos acadêmicos, profissionais e outros específicos da organização, ampliando a relação Universidade e mercado de trabalho;
- ✓ Possibilitar ao aluno aplicação, operacionalização e avaliação de seus conhecimentos, através de seu desempenho profissional, da adequação de linguagens e instrumentos às exigências de comunicação, propostas pelo plano de estágio e pela organização;
- ✓ Oportunizar vivência direta com questões e problemas de comunicação, comportamento profissional e ética decorrentes do mercado de trabalho;
- ✓ Realimentar a Universidade com novas demandas e posturas vigentes no mercado de trabalho, com vistas a correções/adequações dos currículos existentes.

No Curso de Comunicação da FABICO/UFRGS a disciplina de Laboratório de Estágio tem como pré-requisito o aluno ter cursado no mínimo 100 créditos, quando já possui uma base teórica para então passar à aplicação de seus conhecimentos. O primeiro contato com a realidade

da profissão desencadeia conflitos, dúvidas, exige muita dedicação (300 h/a), mas representa um salto qualitativo de amadurecimento pessoal e acadêmico.

A centralização das discussões durante o semestre pauta-se na profissão escolhida, que é então olhada de um ângulo mais amplo (teórico e prático). A questão da vertiginosa revolução dos meios de comunicação e a transformação substancial produzida pelo processo de globalização suscitam reflexões sobre os conceitos de verdades e da comunicação de massa e organizacional. A divergência do discurso teórico com as necessidades emergentes nas realidades trabalhadas pelos alunos, trazem como experiência para a sala de aula e para a ação docente, situações desafiadoras, que promovem novos conhecimentos e desestabilizam as certezas até então pronunciadas (Larrosa, 1998).

COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS

Atuando como professores e pesquisadores, procuramos auxiliar o aluno a desenvolver sua atividade e analisar como se dá o desempenho deste futuro profissional. Da mesma forma, e através deste canal, é possível acompanhar qual o movimento das organizações em uma sociedade que apresenta alterações, verificando-se o inegável espaço que vem sendo ocupando pela informática bem como pelas novas tecnologias:

"As tecnologias geradas pela eletrônica e pela informática estão revolucionando definitivamente as comunicações. Os exemplos evidenciam-se nas transmissões por satélites; nas indústrias culturais; na multimídia; na televisão interativa, por cabo e de alta definição; na interação das telecomunicações com o jornal, o rádio, a televisão, o computador, o fac-símile, o cinema, a fotografia, a editoração etc." (Kunsch, 1997, p. 140).

O papel das tecnologias da informação na constituição da cultura e da inteligência dos grupos, é estudado por Lévy (1993), que o considera um campo aberto e indefinido. A técnica é abordada como dimensão fundamental e responsável pela transformação do mundo humano por ele mesmo. Para o autor, não há oposição entre o homem e a máquina. Com o estudo histórico da construção das tecnologias intelectuais paralela à construção do próprio pensamento, ele contextualiza o hipertexto, propõe a ideia da ecologia cognitiva e chega à tecnodemocracia para

delimitar o papel político das tecnologias. Ressalta que a construção dos sujeitos, da razão e da cultura é marcada pelo desenvolvimento tecnológico. Pois bem, passemos agora a um ponto fundamental desta explanação.

Nos diagnósticos dos planos de comunicação desenvolvidos pelos alunos, observa-se que há um deslumbramento pela informática, que já está sendo adotada em algumas organizações, embora outras tecnologias determinantes para a administração geral e da comunicação sejam relegadas a um segundo plano, como o planejamento, por exemplo.

Lévy trata do espaço político das tecnologias intelectuais, desmistificando a técnica como autônoma, poderosa e fatal. O reconhecimento da responsabilidade coletiva e da necessidade de reflexão e intervenção nos projetos e nos usos das tecnologias é um de seus objetos de estudos. As novas tecnologias devem fazer parte de uma proposta organizacional que inclui a comunicação e portanto, exige planejamento, previsão, políticas, objetivos e estratégias, traçadas por profissionais de visão abrangente, que incluam em seus planos todos os públicos envolvidos.

O conhecimento e a manipulação tecnológica é hoje uma exigência do mercado de trabalho para os profissionais da comunicação, que precisam também saber articulá-los a realidades e culturas, incorporando-as às já fundamentais. Estes encaminhamentos devem ocorrer mesmo nas organizações onde as tecnologias ainda não estão inseridas no processo de planejamento, implementando e gerenciando mudanças que dela emergem, competentemente.

Mattos (1995) responsabiliza as instituições de ensino pelo fornecimento da informação atualizada, que coloque os estudantes em sintonia com a realidade do mercado de trabalho:

“É preciso que no meio acadêmico se tenha contato com os instrumentos tecnológicos modernos. Se o escritório do futuro nos parece longínquo, a informática e as telecomunicações, mesmo que de forma isolada, já estão presentes em muitas empresas e é para elas que serão formados os profissionais.” (1995, p.99).

Partindo deste enfoque, buscaremos trazer algumas questões para análise reflexiva de como as instituições utilizam-se da informática e seus suportes técnicos, questionando se estão empregando-a de maneira correta, de modo a atender as necessidades da comunicação

organizacional e dos públicos a que se destina.

APONTAMENTOS PARA ANÁLISE

Como foi ressaltado anteriormente, nosso estudo detém-se nas organizações elencadas pelos alunos para desenvolverem suas atividades exigidas pela disciplina de Laboratório de Estágio no ano de 1998. Ao todo foram nove os trabalhos concluídos e aprovados, sendo que destes quatro destinaram-se a Organizações Não-Governamentais, dois para o setor do comércio, dois para indústrias, e um realizado internamente para atender necessidades da faculdade.

É bom que se esclareça que neste grupo de organizações estavam representadas aquelas que se constituíam em pequenas, outras médias ou grandes entidades. Uma delas, por exemplo, indústria de bases situada em vários pontos do território nacional, cujos produtos são exportados para várias parte do mundo, de qualidade aceita internacionalmente. Outras, pequenos estabelecimentos do interior do Rio Grande do Sul. ONGs diferenciadas, com trabalho reconhecido e referência para todo o país, ou recém engatinhando. Instituições com mais de oitenta anos e também aquelas com dois, três anos de vida.

Os principais problemas apontados nos diagnósticos formulados pelos alunos e acompanhados pelas professoras, ainda residem no fato de as organizações não estabelecerem um planejamento global nem uma política de comunicação. Da mesma forma, as dificuldades de manterem um relacionamento sistemático, de dupla via, com os diversos segmentos de públicos, acarretam conseqüências de diversas ordens. É possível verificar que os instrumentos de comunicação são empregados nestas entidades (muitas delas com profissionais de comunicação, em especial, relações públicas) sem que haja preocupação em atender suas características básicas, isto é, que sejam atendidas, por exemplo, a periodicidade dos boletins informativos e alimentação dos quadros murais. Não é dada atenção especial à identidade visual das organizações, comprometendo seriamente sua imagem junto aos diversos públicos com os quais se relaciona.

Com relação às ONGs, percebe-se que ainda representa uma dificuldade o trabalho voluntário. Diferente do que ocorre em outros países, este tipo de atividade é encarada com pouca seriedade pelas pessoas, fazendo com que muitos problemas sejam procedentes deste fator, prejudicando o andamento da instituição, afetando diretamente na falta de profissionalismo que estas organizações apresentam.

Através da análise realizada em relação aos trabalhos dos alunos, pode-se verificar também que os problemas apresentados na área de comunicação ainda são os básicos. Mesmo que as instituições lancem mão das novas mídias, como internet, intranet, ainda são detectadas dificuldades que dizem respeito ao relacionamento interpessoal.

Neste sentido, os alunos, ao elaborarem projetos para execução no decorrer da disciplina orientada, viram-se obrigados a recorrerem à aplicação de técnicas comunicacionais como criação de pesquisa de opinião junto aos segmentos de público mais próximos das instituições, interno e misto; mapeamento de quadros murais; planejamento anual de comunicação; reorganização de boletins informativos, enfatizando a importância da manutenção de periodicidade; criação de instrumentos de avaliação para projetos já existentes na instituição etc.

Os objetivos dos trabalhos propostos e desenvolvidos pelos alunos, giravam em torno de questões trabalhadas normalmente pelo estrategista de comunicação como: criar e reforçar a identidade visual; padronizar documentos administrativos e boletins informativos; elaborar instrumentos de avaliação para projetos já existentes e em execução; promover e avaliar o grau de satisfação e integração da instituição com seus públicos; planejar os processos comunicacionais; divulgar a organização na comunidade.

Em todos os projetos desenvolvidos, a informática e as novas tecnologias entraram como elementos fundamentais, servindo como articuladores da comunicação, organizando dados, auxiliando na programação visual dos variados documentos e veículos, enfim, agilizando o desempenho e colaborando com a qualidade do material produzido, servindo como complementar para as estratégias estabelecidas.

PROBLEMAS ANTIGOS EM SITUAÇÕES ATUAIS

Segundo nosso entendimento, o relato feito acima demonstra o quanto as organizações carecem de informações a respeito dos veículos e instrumentos de comunicação e sua validade. Não basta que uma instituição informatize todos os setores se ela não sabe utilizar as mídias, as quais lança mão, de maneira correta. Mesmo a criação de um boletim informativo, como ressaltam autores consagrados em nossa área, entre eles D'Azevedo (1971), Torquato do Rego (1986) e Canfield (1991), precisa respeitar uma identidade visual e, principalmente, uma periodicidade para que alcance seus objetivos.

Os quadros murais, ou quadros de aviso, por mais simples que possam parecer, exigem

uma sistemática mínima para que os transeuntes sintam-se motivados a buscar informações nestes veículos que devem ser dispostas de maneira a atrair a atenção e permitir uma leitura rápida, renovando as mensagens sistematicamente, como salienta Cesca (1994).

Com relação à necessidade de um planejamento de comunicação, sabemos o quanto isto é fundamental para a realização de um bom trabalho junto às instituições, independente do fato de serem uma indústria, uma organização não-governamental, uma rede de lojas etc., como ressalta Margarida M. K. Kunsch:

" ... o planejamento é realmente imprescindível, para que uma organização possa delinear-se para o futuro e ser uma força ativa constante, já que ele permite um revigoramento contínuo das atitudes do presente. Quem planeja está atento e acompanha tudo. Isto permite à organização uma maior integração com o seu universo ambiental, dando mais condições de sobrevivência e vitalidade de um sistema organizacional aberto." (1986, p. 55).

Foi possível depreender que, sem dúvida alguma a informática contribui definitivamente para o bom andamento dos trabalhos de comunicação, no entanto, entendemos que sua participação ainda é fundamental como suporte para o desenvolvimento de outras atividades. Sendo assim, podemos empregá-la como equipamento e programa para, por exemplo, melhorar os bancos de dados das organizações facilitando o atendimento aos mais diversos públicos. Da mesma forma, sabemos como ficou facilitado a elaboração de publicações de circulação interna, que não necessitam uma qualidade tão apurada, quanto aquelas destinadas a um público mais exigente.

Outro aspecto que se beneficia do uso da informática é a uniformidade visual a ser dada nos mais diversos veículos, respeitando-se elementos fundamentais que irão compor a imagem institucional das organizações como logomarca, padronagem no cabeçalho dos diversos documentos administrativos, colorido e imagens em mensagem simples, possibilitando um "movimento" e uma leitura agradável das informações afixadas nos quadros murais e de avisos ou em outros meios de comunicação.

Devemos recorrer a mídias mais arrojadas pois é inegável seu papel nos dias de hoje. Não podemos descartar o uso do computador como mediador de informações tanto da instituição com

seu público interno como com seu público externo, mas com algumas ressalvas como ressalta Sam Black:

“...quase se pode assegurar que a tecnologia da informação terá um efeito crescente sobre os procedimentos de relações públicas em muitas áreas distintas como, por exemplo, a investigação, a execução, as comunicações nacionais e internacionais, distribuição de notícias e avaliação.

Não é provável, no entanto, que a introdução de instrumentos eletrônicos diminua a utilização de métodos e meios de comunicação convencionais.” (1996, p. 185).

Vemos assim, que um novo desafio surge para o profissional de comunicação, em especial ao estrategista dos processos comunicacionais: conciliar o uso das novas mídias com as já tradicionais, oferecendo a cada público o melhor instrumento de comunicação, com mensagens elaboradas de maneira a respeitar as características e exigências dos veículos e a necessidade da instituição e do público de interesse.

Por outro lado, questões sempre discutidas pelas relações públicas, como a importância do relacionamento interpessoal, permanecem, apresentando dificuldades no trato das organizações com seus públicos. Sabemos que não é nada simples trabalhar com pessoas, que os indivíduos são seres únicos e, portanto, distintos entre si, mas, mesmo com inúmeros recursos à disposição, as pessoas "ainda" querem manifestar-se e participar dos processos em que estão inseridas, inclusive junto às organizações de que fazem parte, de maneira permanente e direta, através de contatos pessoais, "ao vivo e a cores".

A tarefa não é das mais fáceis, no entanto, o profissional de comunicação só terá espaço se souber medir e articular os elementos de que dispõe atendendo aos interesses da organização para a qual desenvolve suas atividades, através de recursos provenientes da informática, tendo sempre em mente a busca constante pela harmonia social. Neste sentido, há mais de uma década, Teobaldo Andrade salientava:

"É provável que esse problema da informação possa ser solucionado pela informática, pois pela sua função de assimilar documentos e informes no

ordenador multiplica e democratiza o conhecimento de relações novas entre todas as coisas. Por intermédio dos ordenadores que centralizam as informações dos centros de documentação que divulgam essas mesmas informações, nada será ignorado. Então, torna-se menos difícil a participação de um grande número de pessoas em uma decisão coletiva, desde que se lhe forneça os meios de estar esclarecido antecipadamente a cerca de suas posições, para poder expressar suas opiniões. Caberá assim à informática 'balizar os itinerários', criando desse modo condições para a formação de públicos." (1989, p. 42).

Como percebemos novas questões surgem no horizonte do profissional de comunicação, em especial o aqui tratado, o relações públicas. Sua tarefa será sempre a de buscar entendimento entre as organizações e as pessoas a que elas estão vinculadas, recorrendo a instrumentos já consagrados como de comunicação, desde os mais simples, que caracterizam a comunicação interpessoal, aos mais sofisticados, ainda dirigidos a um número restrito de pessoas.

Neste momento, entra a figura do professor/orientador, que precisa dar subsídios ao aluno para que este consiga detectar as principais falhas nos processos comunicacionais, atingindo a raiz dos problemas, mesmo que para tanto venha a empregar a tecnologia e a informática como instrumento de suporte e sustentação - verdadeiras ferramentas - buscando, através de outras mídias, mas com o auxílio dessas, encontrar soluções que venham evitar ou resolver os conflitos existentes nas organizações, sejam elas do setor privado, público ou do terceiro setor.

INDICATIVOS

Como é possível perceber, os problemas comunicacionais nas organizações são primários. As instituições adquirem equipamentos de última geração, contratam *experts* em informática, "conectam-se" com o mundo globalizado. As empresas têm o entendimento que precisam se modernizar para poderem permanecer em um mercado altamente competitivo. Neste aspecto estão corretas, entretanto o que fica claro, através dos exemplos trazidos pelos alunos, especificamente na disciplina aqui mencionada, no decorrer do ano de 98, é que não basta preocupar-se com estas questões. Mais ainda, que ao focarem-se nestas questões, situações elementares são relegadas a um segundo plano, comprometendo sobremaneira o processo comunicacional e de relacionamento interpessoal conseqüentemente.

Neste sentido, o papel do professor/ orientador/ pesquisador é fundamental. Precisamos visualizar a situação com "olhos de águia", não deixando passar nada e alertando o aluno e, por conseguinte o administrador, empresário e também ao profissional que já está no mercado de trabalho que o emprego da informática e tudo o que ela representa é de vital importância mas que o ser humano ainda exige um atendimento personalizado, ele quer se sentir sujeito dos processos sociais de que participa. E a instituição que quiser efetivamente se apresentar como moderna não poderá limitar-se a informatizar seus equipamentos e/ou adquirir tecnologias arrojadas, mas também terá que se voltar para o mundo e principalmente à sociedade que a cerca, respeitando suas peculiaridades e contribuindo para a evolução não só da empresa, mas também de todos que a ela estão, de uma forma ou de outra, ligados.

Por outro lado, precisamos mostrar e discutir em conjunto que devemos respeitar as características básicas dos instrumentos de comunicação, mesmo os mais tradicionais como boletins informativos, quadros murais, entre outros, para que seja possível concretizar o processo comunicativo de maneira eficaz e eficiente. Em muitos casos o comunicador é o culpado pois se fascina com todas as possibilidades que as novas tecnologias trazem consigo, esquecendo-se de que, não raramente, elas servirão como instrumento de sustentação, facilitando e propiciando a criação de novos processos e mídias, colaborando definitivamente para a melhoria das relações sociais, evitando os conflitos e contribuindo para o aperfeiçoamento da qualidade de vida, tão propagada na época atual.

Uma das propostas da universidade, e em especial da disciplina aqui referida, é primar pela qualificação da comunicação organizacional, que exige hoje diferenciações para o profissional. Planejar as ações, trabalhar em integração com os demais setores, respeitar a cultura local e organizacional, além de dominar as tecnologias existentes e ser capaz de introduzir outras, preparando adequadamente os públicos, são ações que demandam conhecimento, capacidade de gerenciamento, bom senso e visão estratégica. Freitas e França destacam com muita propriedade as novas exigências enfrentadas.

“Este é o novo parâmetro, o novo desafio dos profissionais da comunicação: a busca da qualidade em tudo, trabalhando em uníssono com os demais setores da empresa. Por considerarmos que relações públicas é uma atividade de liderança, formadora de opinião, criadora de políticas de ação,

administradora de controvérsias, perscrutadora de problemas emergentes, atenta ao acompanhamento diário de tudo o que atinge a empresa, o postulado prioritário para quem se propõe tornar-se profissional dessa habilitação é a excelência em qualidade.” (1997, p.228).

As questões estão lançadas. A realidade se apresenta com novas configurações, as mídias são aperfeiçoadas e andam lado a lado com as “velhas” tecnologias. Cabe a nós, professores, alunos e profissionais da área discutirmos continuamente nosso papel, buscando conhecer o que surge como inovação e saber quando e como empregar os instrumentos de modo a estabelecer efetivamente processos comunicacionais, almejando uma comunicação de várias vias e simétrica, colaborando com as organizações de modo a torná-las modernas no sentido mais amplo possível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, Cândido T. de S. *Psicossociologia das relações públicas*. 2ª ed., São Paulo: Loyola, 1989.
- BLACK, Sam. *ABC de las relaciones públicas*. 2ª ed., Barcelona: Gestión 2000, 1996.
- CANFIELD, Bertrand R. *Relações públicas: princípios, casos e problemas*. 4ª ed., São Paulo: Pioneira, 1991.
- CESCA, Cleuza G. Gimenes. *Comunicação dirigida escrita na empresa*. São Paulo: Summus, 1995.
- D’AZEVEDO, Martha G. Alves de. *Relações públicas: teoria e processo*. Porto Alegre: Sulina, 1971.
- FREITAS, Sidinéia Gomes; FRANÇA, Fábio. *Manual de Qualidade em Projetos de Comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1997.
- KUNSCH, Margarida M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 2ª ed., São Paulo: Summus, 1986.
- _____. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.
- LARROSA, Jorge. *Pedagogia profana*. Porto Alegre: Contra*Bando, 1998.

- LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- MATTOS, Silvia. *A revolução dos instrumentos de comunicação com os públicos*. Porto Alegre: Comunicação Integrada Editores, 1995.
- PENTEADO, J. R. Whitaker. *Relações públicas nas empresas modernas*. 5ª. ed., São Paulo: Pioneira, 1993.
- REGO, Francisco G. Torquato do. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas*. São Paulo: Summus, 1986.