PROBLEMAS ANTIGOS NA ERA DA INFORMÁTICA

Vera Regina S. Gerzson
Karla Maria Müller

INTRODUÇÃO

O professor que atua na universidade em regime de dedicação exclusiva 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.

Temos nos proposto colocar em prática, a partir dos trabalhos realizados pelos alunos, um processo reflexivo tendo como pano de fundo o momento atual por que passa a sociedade e as organizações. Nossa intenção, além de dar indicativos que possam auxiliar o aluno no desenvolvimento de suas atividades, é fazer com que este consiga identificar onde e como as novas tecnologias estão sendo empregadas e qual a real necessidade delas, refletindo também sobre a importância que as mídias tradicionais possuem junto às organizações, na busca de efetivarem um processo de comunicação dinâmico e contínuo com a preocupação de se estabelecer vias de dois (ou mais) sentidos.

Da mesma forma, torna-se fundamental, no momento em que todos os cursos se debruçam sobre sua atuação presente e perspectivas futuras, no intuito de proporem novas alternativas que irão compor as diretrizes curriculares, construindo novos objetivos da academia em função da formação profissional, da pesquisa e da extensão.

ESTÁGIO E QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

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.

Para garantir a eficiência do ensino, a disciplina procura atender o texto estabelecido na súmula:

> 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 possue 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.

Freitas e França ao falarem sobre os Projetos Experimentais - que possuem desenvolvimento semelhante a essa disciplina- salientam a aprendizagem estabelecida no

momento de atuação efetiva dos alunos como relações públicas de maneira bastante elucidativa:

"Os Projetos Experimentais influenciam tão profundamente a vida dos universitários que eles podem ser identificados claramente em duas situações: a anterior e a posterior à realização de seu projeto. Como se disse anteriormente esse trabalho marca o primeiro contato do estudante com a profissão, com a realidade brasileira da comunicação nas empresas e com o mercado onde irá atuar" (1997, p.32).

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, o que Larrosa acentua como uma necessidade para o ensino:

> "Penso que o maior perigo para a Pedagogia de hoje está na arrogância dos que sabem, na soberba dos proprietários de certezas, na boa consciência dos moralistas de toda a espécie, na tranqüilidade dos que já sabem o que dizer aí ou o que se deve fazer e na segurança dos especialistas em respostas e soluções. Penso também, que agora o urgente é recolocar as perguntas, reencontrar as dúvidas e mobilizar as inquietudes." (1998, p.8).

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 considera-o 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 idéia da ecologia cognitiva e chega a tecnodemocracia para delimitar o papel político das tecnologias. Ressalta que a construção dos sujeitos, da razão e da cultura é marcada pelo desenvolvimento tecnológico.

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 as 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.

QUESTÕES LEVANTADAS

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 a área de comércio, dois para indústrias, e um realizado internamente para atender necessidades da faculdade.

Os principais problemas apontados 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 problemas de diversas ordens. É possível verificar que os instrumentos de comunicação são empregados 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 verifica 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.

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.

ANÁLISE PRELIMINAR

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 mídia, as quais lança mão, de maneira correta. Mesmo a criação de um boletim informativo, como ressaltam muitos autores 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 melhorarmos 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. 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 mídias 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 pelos 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 Andrade salienta:

"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 buscando, através de outras mídias, mas com o auxílio dessas, buscando encontrar soluções que venham evitar ou resolver os conflitos existentes nas organizações, sejam elas do setor privado, público ou do terceiro setor.

SÍNTESE REFLEXIVA

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 etc de 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 faz parte.

Por outro lado, precisamos mostrar e discutir junto com nossos alunos 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, 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.

O laboratório de estágio prima 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 de 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 mídas são aperfeiçoados 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.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ANDRADE, Cândido T. de S. Psicossociologia das relações públicas. 2ª ed., São Paulo: Loyola, 1989.

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: ED.34, 1993.

MATTOS, Silvia. A revolução dos instrumentos de comunicação com os públicos. Porto Alegre: Comunicação Integrada Editores, 1995.

REGO, Francisco G. Torquato do. Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.