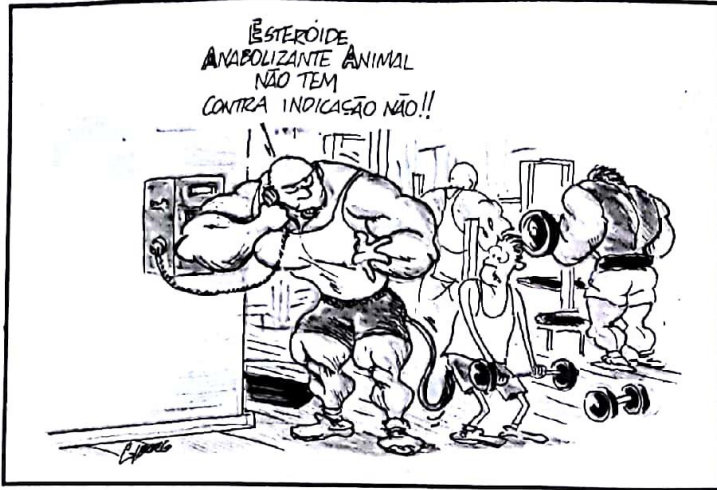


Cyborg



ARTIGO

O papel das Relações Públicas para as organizações - A construção da opinião pública

* Simone Antoniaci Tuzzo

As relações públicas se caracterizam como uma atividade que tem como objetivo atrair a atenção e conseguir a aceitação pública para uma causa social, política, religiosa, educacional, esportiva ou a integração de uma organização com outros organismos de uma sociedade. Em resumo, criar uma imagem de prestígio para o órgão ou indivíduo que representa.

As relações públicas são também auxiliares na formação da opinião dos públicos de interesse das organizações que defendem, quer seja no âmbito interno das instituições, externo, com a sociedade, organismos de interesse da organização, órgãos de classe, ONG's, entidades governamentais de qualquer instância, imprensa, sindicatos, enfim pessoas que estarão interagindo com a organização para realização de ações de toda ordem social. A ação de relações públicas se firma em planejamento estratégico, com apoio de pesquisa, comunicação sistêmica, integrado às demais ciências da comunicação, ou seja, o jornalista e a publicidade e propaganda, com a utilização das mais variadas ferramentas e veículos de comunicação, constituindo o composto da comunicação.

Quando atribuída especificamente à causa da opinião pública, podemos afirmar que as Relações Públicas são os métodos de integrar na opinião pública conceitos favoráveis relativos a uma pessoa ou instituição, a partir da propagação de informações institucionais.

Os relações públicas trabalham com esforços concentrados na produção de ações que valorizam a organização, mas sempre com o olhar nos interesses do público, preservando a honestidade, a reputação e a integridade. Numa situação organizacional, uma das preocupações dos relações públicos é quanto à identificação dos públicos que produzem aquela opinião. Quem são de fato os públicos que interagem com a instituição? Quais os seus anseios? São ou não líderes de opinião e multiplicadores de informação? As respostas dessas questões serão determinantes para a tomada de decisões.

Em qualquer organização os relações públicas são responsáveis pela construção de um programa de comunicação estratégico, capaz de prevenir situações de desgaste junto à sociedade. Para isso, a informação é sempre a melhor estratégia. Informar constantemente o público sobre as ações da organização, pois a transparência é a criação e manutenção de uma imagem. A marca de uma instituição se constrói ao longo do tempo, com ações firmadas em bons serviços, seriedade e respeito ao cliente, usuário, consumidor.

Na rotina dos trabalhos de uma organização, o relações públicas deve transmitir credibilidade. Deve ser alguém de linguagem adequada, muito bem informado, não só sobre a sua organização, mas sobre os assuntos que a

envolvem, tranquilo, confiante e que possa se transformar num entusiasta diante dos seus públicos. Ninguém vai acreditar em palavras soltas, inseguras e ingênuas.

Os relações públicas têm exercido um papel conjugado com a imprensa. Hoje as relações públicas se revelam como verdadeiros tradutores daquilo que acontece no interior das organizações para a mídia, a fim de que construam uma informação coerente e aprofundada para a sociedade. Vivemos hoje a chamada era das relações públicas generalizadas onde os departamentos de relações públicas e as assessorias de imprensa assumem o papel de interlocutores dos jornalistas pois a grande maioria dos veículos de comunicação de massa, impressos ou eletrônicos, vanando de canais de televisão, jornais, rádios ou internet, nem sempre possuem em sua equipe, profissionais capacitados a versar sobre conhecimentos das mais variadas áreas do saber humano.

Assim, quando nos referimos à imprensa, sempre pensamos que esta deveria comportar jornalistas especializados para nos informar sobre assuntos variados, desde uma partida de futebol, até a descoberta da cura do câncer por um laboratório multinacional. Tudo isso, é claro, com o maior rigor de informações, capaz de nos posicionar sobre a nova informação, de tal forma que nos abasteça de dados minuciosos e detalhados. Mas nem sempre isso é possível.

Neste sentido, as assessorias de comunicação e as assessorias de relações públicas, de diversas organizações têm se mostrado grandes aliados no abastecimento de informações aos veículos. Com grande frequência, conseguir transmitir uma nova descoberta, de qualquer área científica, para um público leigo, pode se tornar uma tarefa de Hércules para quem não domina a linguagem científica. Mais que isso, fazer com que um cientista que passa a sua vida no laboratório consiga explicar de forma coloquial sua nova descoberta, adotando uma linguagem jornalística, seria muita pretensão. Assim, os relações públicos que desenvolvem suas atividades em uma organização se transformam em tradutores do processo entre a ciência e a linguagem da comunicação, adequando a linguagem para a massa.

Importante ressaltar que esse fato não ocorre somente com descobertas científicas, mas no esporte, na educação ou na gastronomia, quando, com não rara frequência, podemos notar transmissões ao vivo pela televisão ou publicações que ignoram particularidades dos fatos e se transformam em verdadeiros achismos de toda ordem.

Para trabalhar este processo de abastecimento de informações aos veículos de comunicação de massa os relações públicos e as assessorias de comunicação das organizações passam a desempenhar a função da não existência de jornalistas especializados em

todos os veículos de comunicação, conseguindo abastecer a mídia de releases e sugestões de pauta cada vez mais eficientes.

A assessoria de comunicação de uma organização através de suas relações públicas pode estar observando o dia-a-dia das descobertas de sua área de atuação na sociedade e identificar aquilo que será importante como informação para toda a população. Por estar diretamente ligada à linguagem do produto que desenvolve e, por conhecer as técnicas da linguagem jornalística, poderá produzir uma verdadeira tradução daquilo que deseja comunicar.

Um trabalho em conjunto no qual se beneficiam todos a imprensa, porque ganha diversos correspondentes científicos - um especialista em cada organismo social, as organizações, porque conquistam um espaço maior nos veículos para mostrar suas atuações e, é claro, a população, pois pode receber informações diversificadas, esclarecedoras e melhor elaboradas.

Dentro deste processo, não estamos desconsiderando a necessidade de um jornalista investigativo que chance a fonte, que apure a verdade das informações e que continue buscando fatos que as organizações podem não estar querendo revelar. Este trabalho não está sendo substituído. Nossa referência à relação direta entre assessorias de comunicação e relações públicas se fundamenta, principalmente, no fato de que os relações públicos são, entre os demais profissionais da área de comunicação, aqueles que mais apresentam características de gestores da comunicação, administradores e, portanto, os que devem integrar a equipe de comunicação de qualquer organização. Principalmente no tocante às questões de formação da opinião pública, ou formação da opinião dos públicos.

Ainda no tocante à construção de imagem da organização pretendida pelos relações públicos, um ingrediente precioso é o trabalho social, capaz de projetar a organização como integrante da sociedade onde está inserida. As organizações, caracterizadas como unidades sociais devem de ter como foco somente seu desenvolvimento econômico para atuarem como verdadeiras co-responsáveis pelo crescimento da esfera social em que se encontram, enfatizando o privilégio ao ser humano.

Mais que isso, o trabalho social fez surgir, a partir da década de 80, um novo enfoque das relações públicas a partir de um trabalho comunitário, mostrando que o trabalho de relações públicas não se restringe às empresas e ao governo, mas se estende a qualquer tipo de organização e movimentos sociais.

* Relações Públicas, Assessoria de Comunicação da Universidade Tiradentes, docente dos cursos de Graduação e Pós-Graduação da UNTI.

EDITORIAL

Em defesa da vida

Assim como inúmeros outros modismos passageiros a preocupação em ostentar um corpo musculoso e com formas definidas tornou-se uma verdadeira obsessão para muitos homens e mulheres nos dias de hoje. Para atingir esse hipotético modelo de beleza física, a solução encontrada pela grande maioria é frequentar academias de musculação na esperança de, em pouco tempo, ganhar músculos e aparentar ser uma pessoa saudável e esteticamente dentro deste padrão de beleza corporal. Ninguém duvida que essa busca do "novo visual" é uma atividade perfeitamente salutar que, inclusive, faz aumentar a auto-estima dos que a praticam. Mas, existem aqueles que, não satisfeitos com a evolução normal da transformação do corpo através de exercícios físicos, procuram lançar mão de anabolizantes sem a devida orientação médica para ganhar massa muscular em pouco tempo.

Esse uso indiscriminado de anabolizantes já resultou em mortes de jovens e adultos e passou a figurar no rol de preocupações de médicos, proprietários de academias e professores de Educação Física, já que esse tipo de vitamina é ingerida por

conta e risco de seus consumidores e muitas vezes provocam resultados desastrosos que colocam as suas vidas em risco.

Ontem, uma campanha contra o uso indevido de anabolizantes foi deflagrada pelo Ministério Público, Vigilâncias Sanitárias Estadual e Municipal e Polícia Federal, além da Federação de Musculação de Sergipe e os Conselhos regionais de Medicina e Educação Física. A partir de agora, farmácias, escolas e academias de ginástica terão cartazes afixados alertando contra os anabolizantes, tendo como símbolo um jovem aracajuano que faleceu no ano passado após consumir uma vitamina recheada para equinos. É óbvio que essa batalha só será vencida com a participação direta de todos os envolvidos, a exemplo dos proprietários e professores de academias de musculação no sentido de fiscalizar, esclarecer e orientar os frequentadores. Também os pais têm um papel importante a desempenhar nessa questão no sentido de acompanhar a evolução física dos filhos, sabendo de antemão que são necessários, pelo menos, 12 meses para que o corpo de um homem ou uma mulher venha a ganhar massa muscular.

EM PAUTA

SINALIZAÇÃO PRECÁRIA
Continua a sinalização irregular da avenida Euclides Figueiredo, zona norte da capital. A Euclides é uma avenida com mãos em sentido contrário. Com pouca sinalização, principalmente à noite, acidentes ocorrem em toda sua extensão. Há algum tempo que a comunidade local pede providências. A preocupação dos moradores é que geralmente durante os acidentes, os veículos terminam atingindo as casas na beira da pista.

SOM ALTO
Moradores do conjunto Eduardo Gomes, em São Cristóvão, reclamam do som alto nos bares e lanchonetes, principalmente nos finais de semana. O pior é que aqueles que reclamam são discriminados e passam a sofrer retaliações, principalmente piadas ao passar pelo local.

PERIGO
Moradores do condomínio Visconde Maracaju e adjacências voltam a reivindicar a colocação de redutor de velocidade na avenida em frente ao condomínio. Pessoas já morreram no local e outras ficaram feridas.

SANTOS DUMONT
A falta de sinalização em algumas ruas do bairro Santos Dumont tem contribuído para a colisão de diversos veículos. Os maiores problemas estão concentrados nas ruas que ficam nas imediações do conjunto Almirante Tamandaré. Lá, os motoristas findam por se ferir quando entram nas esquinas sem saber de quem é a preferência. Os moradores pedem a colocação de placas com urgência.

NOVA RODÓVIÁRIA
De segunda a sexta-feira, entre 16h e 18h, encostam todos os tipos de veículos na parada de ônibus que fica em frente à entrada principal do Hospital João Alves Filho, na Av. Tancredo Neves. São microônibus que saem da "Rodoviária Nova", "carro-lotação" clandestino do interior e muitos ônibus que fazem as linhas intermunicipais e até interestaduais. O local está sendo conhecido como a "Nova Rodoviária".

CARTAS DOS LEITORES

Sr. Editor
Gostaria de cobrar das autoridades competentes que firmem um calçamento dentro do Cemitério São João Batista. É um absurdo que ao visitarmos nossos Entes Queridos tenhamos que atolar o pé na areia que é predominante na maior parte deste cemitério. Peço por favor que as autoridades competentes olhem por esse problema.

Sr. Editor
Apesar do registro de alguns acidentes nas BRs que cortam o nosso estado, quero parabenizar o trabalho da Polícia Rodoviária Federal que orientou os motoristas que orientou os motoristas mais distraídos, sem aquele objetivo de só multar. É assim que se educa o motorista para um trânsito menos violento.

Sr. Editor
Sou morador do sertão sergipano e começo a ficar preocupado com a situação dos nossos irmãos sertanejos. A seca chegou com muita força e a falta de água já é uma realidade. O governo federal deveria esquecer essa transposição do São Francisco e levar água para quem mora próximo a ele e não a tem.

Andrezza de Jesus Santos
Raimundo de P. dos Santos
Anthony Rafael A. de Oliveira

CORREIO DE SERGIPE

João Alves Neto Diretor Presidente	Alfredo Moura Diretor Geral	Fernando André Oliveira Diretor Adm./Financeiro
Raimundo Brito Editor Geral	Giovani Alilevi Diretor de Desenvolvimento	Débora Bahia Gerente Comercial

Indústria Gráfica Tribuna de Aracaju
Redação, administração, oficinas - Rua Cláudio Batista, 334, Santo Antônio - CEP 49060-100 - Aracaju - SE - Telefones (0xx79) 234-3200 - Fax (0xx79) 215-3900

- Fax Redação: (0xx79) 234-3214 - E-mail: redacao@correiodesergipe.com - E-mail: comercial@correiodesergipe.com

Departamento Comercial - Rua São Cristóvão, 302, Centro - Telefone (0xx79) 214-2845 - E-mail: comercial@correiodesergipe.com

Representante Nacional: Fênix Representação de Mídia: Alameda Barão de Limeira, 1525 A - Fone: (11) 9203-1886/3487-8457 - Fone/Fax: (11) 3661-4554 - CEP 01202-002 - Campos Eliseos/SP - Rio de Janeiro/RJ - Av. 13 de Maio, 45 - 3º Grupo 304 - Fone/Fax: (21) 2262-6148

Curitiba/PR - Av. Sete de Setembro, 4898 - Corf. 201 - Fone: (41) 343-4670/Fax: (41) 343-0719 - E-mail: format@tamu.com.br - Porto Alegre/RS - R. Arthur Rioche, 23 - s/403 - Fone/Fax: (51) 3333-4042 - Brasília/DF - Publi-Assessoria Comercial - SCN Q.01 Edif. América Office Tower - s/704 - Fone: (61) 326-3531 / 8118.0929 - E-mail: publi@brturbo.com - Fortaleza/CE - Rua Santos Dumont, 1.789 s/812 - Aldeota - Fone: (85) 224-4338 - Belo Horizonte/MG - Rua Tenente Brito Melo, 1.223, al. 802 - Fone: (31) 3337-1633 - Florianópolis/SC - Rua Ten. Silveira, 225-s/302-Centro - Fone: (48) 223-2553 - Recife/PE - Rua Visconde de Itaboraí, 589-Cordeiro - Fone: (81) 3227-3433 - Salvador/BA - Rua das Gasotas, 270 - q.50 - Shopping Gasota - Fone: (71) 230-0306 - Serviço Noticioso: Agência Folha

Endereços para correspondência
Rua Cláudio Batista, nº 344, bairro Santo Antônio - Aracaju/Sergipe
Fax: (79) 215 3900 / 234 3214
E-mail: redacao@correio.de Sergipe.com
rbrito@correiodesergipe.com
galilevi@correiodesergipe.com