

**CELESTE VENTURA FONSECA**

**Comunicação: a aplicabilidade da tecnologia em eventos  
O caso Newton Paiva**

Juiz de Fora / Minas Gérias / Brasil

Junho 2007

# **CELESTE VENTURA FONSECA**

## **Comunicação: a aplicabilidade da tecnologia em eventos O caso Newton Paiva**

Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, da aluna Celeste Ventura Fonseca, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC), sob a orientação da professora Dra. Maria Cristina Gobbi.

**Área de Concentração:** Comunicação e Tecnologia.

**Linha de Pesquisa:** Comunicação, Estudos Midiáticos e Tecnologia.

Juiz de Fora / Minas Gerais / Brasil  
Junho 2007

Dedico esse trabalho a **Deus** e aos meus pais:  
**Mário de Queiroz Soares Fonseca e Rosa Maria Ventura Fonseca,**  
que me deram a vida e muita força para realizar esse estudo.

Dedico ainda para **Marcelo Martins da Cruz**, meu marido, que muitas vezes me apoiou e entendeu minha ausência no decorrer dessa grande caminhada.

Dedico em especial ao **Dr. Newton Paiva Ferreira** que com sua paciência, ensinamentos e dedicação possibilitou a realização desse trabalho.

Agradeço a minha sogra **Genita Fernandes Martins** e meus **familiares**,  
especialmente a **Angelita Ventura Fonseca**.

Os **mestres** que me ofereceram o melhor dos seus conhecimentos.  
A todos **os amigos**, em especial **Kláudia Kristhine Araújo**,  
que compreenderam minha ausência.

Aos colegas de sala, principalmente **Cristine Maciel**, pessoa mágica  
encantando todos que a rodeiam.

Aos **colegas da “Van”** que entre brincadeiras e  
estudos possibilitaram que nossas viagens  
de BH para Barbacena fossem mais divertidas e suaves.

Criar, modelar, construir [...]  
Ter nas mãos o sentido do belo.  
Ver nos sorrisos o retrato de meu desejo.  
Quero contemplar minha escolha.  
Quero viver intensamente meu destino.  
Na simplicidade de um traço vemos nosso sonho.  
Na mais leve cor, o início de nossa jornada.  
Parece começar aqui mais um retrato de nossas vidas.  
(autor desconhecido)

## **Resumo**

FONSECA, Celeste Ventura. **Comunicação: a aplicabilidade da tecnologia em eventos - O caso Newton Paiva**. Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC), sob a orientação da professora Dra. Maria Cristina Gobbi, Juiz de Fora, 2007, 98.

A crescente desvalorização do profissional de relações públicas fez com que este trabalho de pesquisa objetivasse mostrar exatamente a relação como a comunicação e as relações públicas que interagem com a tecnologia aplicada em eventos. O objeto da nossa pesquisa é a aplicabilidade da tecnologia na Instituição Newton Paiva especificamente em eventos. Analisamos enfoques positivos e negativos no contexto da comunicação e da tecnologia na sua utilização através do profissional de Relações Públicas. Tratamos de um trabalho, sobretudo, teórico-prático, baseado em pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade, observação, questionários, sistematização, classificação e registro dos dados coletados com alunos e ex-alunos (2004-2006) do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas - RP, dirigentes, professores e profissionais da Instituição Newton Paiva. Demonstramos, em nossa pesquisa, que vem se aprimorando e se especializando o uso das novas tecnologias em eventos.

**Palavras-chave:** Comunicação, Relações Públicas, Tecnologia, Newton Paiva, Eventos.

**FONSECA, Celeste Ventura. Communication: the use of the technology in events the case Newton Paiva. Dissertação de Mestrado defended in the Program of After-Graduation in Social Communication, Universidade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC), under the orientation of the Dra teacher. Maria Cristina Gobbi, Juiz De Fora, 2007, 98.**

### **Abstract**

The Increasing depreciation of the professional Public Relations made with that this work of research objectified to show the relation accurately as the public communication and relations that interact with the technology applied in events. We catch as object the Institution Newton Paiva. Positive and negative approaches had been analyzed in the context of the communication and the technology its use through the professional of Public Relations. One was about a work, over all, theoretician-practical, based in bibliographical research, interview in depth, comment, questionnaires, systematization, classification and register of the data collected with pupils and former-pupils (2004-2006) of the Course of Social Communication qualification Public Relations - RP, controllers, professors and professionals of the Institution Newton Paiva. As we will demonstrate, in our research, it comes if improving and if specializing the use of the new technologies in events.

**Word-key:** Public communication, Relations, Technology, Newton Paiva, Events.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
CAPITULO I	
Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação	18
1 Comunicação e Tecnologia	19
1.1 Transformações	19
1.2 Problemas de comunicação e comunicação de Resultados	20
1.2.1 Considerações	20
1.2.2 A comunicação de resultados sugere que os problemas de comunicação se reduzam em quatro ordens de transformações básicas	21
1.2.3 Tecnologia e Informação	22
1.2.4 Da máquina de calcular à internet	23
1.2.5 Mudanças e transformações	25
1.2.6 A era vindoura dos tele computadores	26
1.2.6.1 Computadores e televisão	26
1.2.6.2 Os televisores	26
1.2.6.3 Computadores IBM	26
1.2.6.4 Computadores e comunicações: Resultados	27
1.2.6.5 Revolução do chip surgiu na década de 60	27
1.2.6.6 A tecnologia em chips transforma a indústria de mídia	27
1.3 Computadores: Máquina da nova mídia	28
1.4 Editorando em Desktops	28
1.4.1 Utilizada em indústrias da televisão e cinematográfica	28
1.4.2 Competindo pelo mercado de informação via PC	29
1.4.3 Compact Discs: Da música à multimídia	30
1.4.4 A aposta da mídia na tecnologia de disco	31
1.4.5 O poder do tele computador	31
1.4.6 Acelerando o tempo digital	32
1.4.7 Televisão de alta definição	32
1.4.8 Aprimorando a internet	33
1.4.9 Sistemas de cabo: A nova fronteira do vídeo	34
1.4.10 Realidade Virtual: Viagens no ciberespaço	34

1.4.11 Colocando a Realidade Virtual em prática	35
1.4.11.1 O uso do PC na escola	36
1.4.11.2 A internet ligado ao mundo através do computador	41
1.5 Tecnologia na sociedade	42
1.5.1 Divide-se em dois seguimentos básicos: sociologia e tecnicismo	43
1.5.2 Enfoque comunicacional	44
CAPITULO II	
Comunicação	45
2.1 Evolução da história: As três ondas	45
2.1.1 Modelos comunicativos	48
2.1.1.1 Modelo teórico	48
2.1.2 Meios de Comunicação	51
2.1.3 Parceria dos meios: TV, vídeo e computador	52
CAPITULO III	
Os Profissionais de Relações Públicas e suas funções	54
3 Proposta didática	54
3.1 Conseqüências	55
3.1.1 O profissional de Relações Públicas	56
3.2 As múltiplas funções	56
CAPITULO IV	
Cerimonial, protocolo e eventos	61
4.1 Cerimonial, protocolo e etiqueta	61
a) Cerimonial Público	61
b) Cerimonial de Corte	62
c) Cerimonial Diplomático ou protocolo	62
4.1.1 Origem do Cerimonial	62
a) Etiqueta e filosofia	64
b) Etiqueta Social	64
c) Etiqueta profissional	65
d) Etiqueta e a comunicação	66
e) Etiqueta é comunicação?	66
f) A etiqueta facilita a comunicação entre as pessoas	66
4.1.2 Funções do Cerimonial	67

4.1.2.1 Mestre de cerimoniais	67
4.1.3 Ordem geral de precedência	67
4.1.4 Preparação de cerimônia oficial	69
CAPITULO V	
A Introdução Newton Paiva Ferreira	74
5.1 Newton Paiva Ferreira Filho	76
5.2 Paulo Newton de Paiva Ferreira	76
5.3 Angela Maria Prata Pace de Assis	77
5.4 Ildeu Dias e Sarmento	77
5.5 Nominato Luiz do Couto	77
5.6 Luiz Gonzaga Lopes Cordeiro	78
5.7 O profissional de RP na instituição	78
5.8 Laboratório de Comunicação NP4	80
CAPITULO VI	
Relações Públicas e o mercado	83
Considerações Finais	90
Referencia Bibliográfica	94

## **Introdução**

Essa pesquisa teve início ainda na época que cursávamos graduação. A paixão com a Comunicação em especial pelas Relações Públicas, aliada a curiosidade sobre as novas tecnologias fizeram com que optássemos por dar continuidade aos estudos na pós-graduação.

Esta pesquisa objetiva mostrar exatamente essa relação, ou seja, como a comunicação e as relações públicas interagem com a tecnologia.

Para que possamos fazer uma pesquisa no mestrado há dois fatores que interferem na escolha do tema, do objeto e dos objetivos que pretendemos atingir. Os fatores internos e os externos em uma instituição. Primeiramente, nos fatores internos deve-se ter uma relação de afetividade com o tema ou um elevado grau de interesse pessoal, tempo disponível para desenvolvimento do trabalho e, principalmente, delimitar o tema de acordo com a relação que desejamos propor.

Para os fatores externos devem-se buscar a significação do tema escolhido, novidades, oportunidades, contribuição para o mercado e, principalmente, os valores acadêmicos, sociais e éticos na realização pesquisa. O maior inimigo é o tempo, que devemos obedecer ao limite estabelecido pelo curso e esse é sempre muito pequeno para a finalização do trabalho de pesquisa. Mesmo assim, buscamos “ampliar” esse tempo através de dedicação e entusiasmo.

Assim, buscando contemplar todos os requisitos para o desenvolvimento da pesquisa, o tema evidencia a relação entre a comunicação, as relações públicas e as novas tecnologias aplicadas para possibilitar uma melhor

qualidade na realização de eventos<sup>1</sup>, querem sejam eles: comerciais, educacionais, empresariais, oficiais e sociais.

O enfoque central da nossa pesquisa teve como objetivo analisarmos o desenvolvimento de aspectos positivos e negativos dos meios de comunicação, atrelados às novas tecnologias, que são utilizados como ferramentas para a realização de eventos.

É o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração para estabelecer e manter a compreensão mútua entre a organização e todos os grupos aos quais está ligada direta ou indiretamente. (ANDRADE, 1.996 p.18).

Além disso, buscamos conhecer como os cursos de Comunicação Social, especificamente na habilitação de Relações Públicas (RP), das Faculdades Integradas Newton Paiva procuram melhorias, fornecendo aos alunos o conhecimento e o ferramental necessário para a realização de eventos, uma das muitas atividades desenvolvidas pelo profissional de RP.

Os profissionais da área de Comunicação (RP) examinarão as variáveis positivas e negativas com relação ao planejamento e a execução dos eventos e buscarão a utilização das novas ferramentas comunicacionais possibilidades eficientes para soluções imediatas.

É nesse sentido que essa pesquisa caminhou. Mostrando como as Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTIC) contribuíram

---

<sup>1</sup> Pois segundo o Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, evento é: e sempre foi a sensualidade, a causa, de grandes e pequenos acontecimentos da vida corrente. É um fenômeno aleatório ou em conjunto que determina realizar um EVENTO. Um ponto no Espaço-tempo de quatro dimensões. (AURELIO, 1986. p.736).

nesse processo. Na verdade, podemos afirmar que elas convertem-se no elo entre o mundo moderno, o desenvolvimento e sua real aplicação na contemporaneidade.

Trata-se de um trabalho, sobretudo, teórico-prático, baseado em pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade, observação, questionários, sistematização, classificação e registro dos dados coletados com alunos e ex-alunos (2004-2007) do Curso de Comunicação Social – RP, dirigentes, professores e profissionais do Instituto Cultural Newton Paiva Ferreira – Newton Paiva.

Procuramos, portanto, mostrar experiências e subsídios na aplicação das técnicas disponibilizadas pela Newton Paiva e o mercado profissional para os futuros profissionais em comunicação - RP no que referimos na realização de eventos.

Se nos últimos anos tem crescido a profissionalização nessa área, por outro se observa uma crescente falta de valorização desse profissional. As universidades e faculdades têm buscado alternativas de aliar o conhecimento teórico com as práticas, atendendo as expectativas dos estudantes. Na Newton Paiva, como demonstraremos, em nossa pesquisa, vem se aprimorando e se especializando o uso das novas tecnologias em eventos.

Há vários obstáculos a serem superados como: salários mais dignos no mercado, oportunidades, reconhecimento, jornada de trabalho condizente, entre muitas outras. Mas isso não tem sido fator de desencanto por parte de estudantes e profissionais, ao contrário. O que observamos em nossa pesquisa é uma busca, cada vez mais intensa, na utilização das novas tecnologias,

objetivando uma maior qualidade e a redução de tempo e custo, fatores primordiais de subsistência nesse mercado concorrido como de eventos.

Quando analisamos a função de RP na execução de eventos, essa está ligada diretamente a ações desenvolvidas na e para a sociedade. Esse profissional realiza os “sonhos” de seus clientes. E entender como ocorrem a interação entre o imaginário e o real, a formação e a profissionalização nessa área do conhecimento foram fatores que nos motivaram para a realização dessa pesquisa.

Este trabalho é a expressão de uma prática vivenciada há aproximadamente 15 anos e também, como um estímulo na busca, cada vez maior, pela qualidade e pelo profissionalismo nessa carreira.

Escolhemos a Instituição Newton Paiva (Instituto Cultural Newton Paiva Ferreira - NP) como fonte de análise da formação educacional. Buscamos verificar como a comunicação e as tecnologias agregam qualidade e velocidade e como a NP contribui na formação de profissionais para atuar nesse campo.

Analisamos os recursos tecnológicos mais utilizados no Curso de Comunicação Social - Relações Públicas, RP no período de 2004 e que são aplicadas atualmente, em 2007, buscando evidenciar a relação entre moderno e tradicional.

Verificamos quais foram as novas tecnologias aplicadas nos eventos das instituições realizadas pelos cursos de comunicação social.

Como que as novas tecnologias contribuirão para a consolidação da Instituição e para o sucesso de cada profissional de RP no mercado de trabalho.

Apresentaremos novos rumos e tendências de mercado como alternativas para possíveis soluções de mercado.

Demonstraremos a amplitude do mercado afunilando no estudo de caso da Newton Paiva.

Pesquisamos a opinião do estudante de comunicação diante do avanço tecnológico.

Verificamos como a instituição vem acompanhando o desenvolvimento tecnológico e aplicando corretamente os recursos midiáticos no processo de aprendizagem e na aplicabilidade em realização de eventos.

Observamos os pontos positivos e negativos dos meios de comunicação e da tecnologia através dos estudos midiáticos.

Na primeira parte analisamos os desafios do ensino superior - graduação de comunicação na Newton Paiva. As mudanças no contexto do ensino superior antes em 2004 e atualmente 2007. As tendências tecnológicas colaborativas para o futuro do ensino superior e a sua adequação no Mercado da Newton Paiva.

De acordo com o IBGE, no censo de 2000, o setor de serviços é o que apresentou maior crescimento no Brasil. O Fórum Brasileiro dos Convention e Visitors Bureaus e o Sebrae realizaram o I Dimensionamento da Indústria de Eventos no Brasil, no qual dados relevantes foram levantados. Através desta pesquisa realizada em 120 cidades brasileiras, no período de janeiro a novembro de 2001, verificou-se que o setor representa 2,9 milhões de postos

de trabalho, movimentando uma cifra de R\$ 37 bilhões, ou seja, 3,1% do PIB Nacional.

A atividade de eventos vem ganhando importância no cenário atual como parte integrante do marketing promocional das organizações. O evento tornou-se uma ferramenta eficiente e ao mesmo tempo econômica utilizada como diferencial no marketing de relacionamento, venda e lançamento de novos produtos. No contexto onde os eventos emergem como estratégia diferenciada de comunicação buscando uma qualidade nos serviços.

Essa demanda amplia a necessidade de profissionais cada vez mais capacitados e qualificados a se relacionarem com o meio empresarial oferecendo o serviço adequado às necessidades do cliente-alvo. Sendo assim, o evento tornou-se uma peça fundamental para a formação da imagem institucional. O setor de eventos, também, está ganhando espaço na esfera pública.

A comunicação Social, no contexto do evento, demonstra como utilizar as Relações Públicas, a Publicidade, o Marketing e a Assessoria de Imprensa - Jornalismo. Está centrada no planejamento de Eventos; definindo tipos de evento, objetivos, data, horário, local, infra-estrutura e contratação de serviços adequados de acordo com a necessidade. Na parte administrativa o planejamento instruirá o futuro profissional sobre o sucesso do evento, a forma correta de contratação e acompanhamento dos serviços.

É fundamental para o profissional conhecer e saber administrar os recursos financeiros de cada evento. O Cerimonial irá proporcionar uma visão abrangente do protocolo e da etiqueta nos contextos públicos e privados.

A metodologia é uma explicação detalhada de toda a ação desenvolvida no método do trabalho de pesquisa.

Elaboração de projeto formulada dentro das normas científicas utilizando pesquisa bibliográfica, pesquisa de opinião, questionários, observação, interpretação e entrevistas realizadas com alunos e ex-alunos do Curso de Comunicação habilitação Relações Públicas na Newton Paiva.

Demonstraremos área de estudo, bibliográfica, amostragem, coleta de dados e sua análise da pesquisa dos participantes.

Analisaremos gráficos comparativos de um ano para outro e entre um período e outro.

A apuração dos resultados será no período de 36 meses quando apresentamos a dissertação do trabalho.

- ABNT – Associação Brasileira de Normas técnicas;
- FUNADESP – Fundação Nacional de desenvolvimento de Ensino Superior particular;
- CNPq – Conselho Nacional de desenvolvimento científico e tecnológico;
- CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior;
- Pesquisa de mercado de alunos e dos ex-alunos Newton Paiva;
- Conselho Estadual de educação;
- Conselho regional de Relações Públicas;
- Práticas de cerimônias;
- Historiografia da estrutura da instituição (depoimentos e documentação);

- Historiografia (Instituição Newton Paiva – Curso de Comunicação Social Relações Públicas e do Reitor);
- Questionários com alunos e ex-alunos da instituição e entrevistas com Profissionais da Instituição Newton Paiva.
- Pesquisaremos o curso de Comunicação ontem e hoje inclusive a aplicabilidade da comunicação e da tecnologia<sup>2</sup>.

Para permitir essa interação entre formação e ação profissionais dividimos o trabalho em seis capítulos.

No primeiro tratamos de Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, abordamos os avanços desde as máquinas de calcular até a internet.

No segundo falamos da Comunicação seus modelos e meios de comunicação.

No terceiro capítulo pesquisamos Os profissionais de Relações Públicas e suas múltiplas funções principalmente na função de eventos.

No quarto momento abordamos e explicamos o que é Cerimonial, Protocolo e Eventos visando o entendimento de nossa pesquisa.

No capítulo cinco falamos um pouco da história da Instituição Newton Paiva Ferreira.

E no último capítulo, sexto, RP na Newton Paiva e no mercado aqui é a onde analisaremos toda a nossa pesquisa.

---

<sup>2</sup> É o estudo e o conhecimento científico das operações técnicas eventuais. Artigo Ética é ciência e Tecnologia. Ivan Domingues. Professor do Departamento de filosofia da UFMG.

E por último as considerações finais onde detectamos os principais resultados que comprovam a qualidade da comunicação e da tecnologia aplicada aos alunos e profissionais atuantes no mercado de eventos, alunos e ex-alunos da Newton Paiva. Onde a grande maioria dos entrevistados está aplicando e acompanhando cada vez mais os avanços tecnológicos apesar de ter certa demora na aquisição das novas tecnologias.

## CAPÍTULO I

### **Novas Tecnologias da Informação e da comunicação**

Comunicação e a tecnologia são termos muito antigos de acordo com vários especialistas. Porém acreditamos que a tecnologia surgiu recentemente. O que pensamos, agimos, produzimos é o que torna possível as possibilidades de comunicação.

Uma tendência a ser evitada é a de transformar a Tecnologia em “*Ente*” e submetê-lo ao julgamento do *Bem* e do *Mal*. O uso da Tecnologia é uma atividade humana social. Resulta no bem ou no mal se for usada nesta ou naquela direção.

Cada vez mais as tecnologias vêm ganhando espaço no dia-a-dia das pessoas, nos diversos setores da sociedade. A comunicação, na Sociedade da Informação que é cada vez mais relevante na formação de cidadãos aptos a lidar com as características atuais. Esta utiliza diversas tecnologias a fim de aprimorar seus procedimentos, metodologias, área de atuação, abrangência e a aplicação ideal em eventos. Com isso, surge a necessidade de profissional novo, diferente, que entenda tanto da comunicação quanto de tecnologia, que saiba criar produtos informatizados que sejam utilizados para enriquecer o evento em questão. Pretendemos contribuir para o debate e um diálogo com aqueles que se envolve com a tecnologia e a comunicação na aplicabilidade do trabalho profissional de eventos.

Comentando sobre as exigências desse tempo em que novos paradigmas surgem em todas as atividades, principalmente quando há o envolvimento de novas tecnologias, BRYAN (1996) chama a atenção para os saberes e habilidades surgidos nos novos tempos, em consequência do emprego conjunto de novas tecnologias e a gestão participativa nas empresas. É relevância as seguintes competências, saberes e habilidades: Iniciativa e autonomia; Cooperação; Trabalho em grupo; Formação mútua; Avaliação do produto do trabalho durante o processo produtivo; Comunicação; Capacidade de raciocínio; Capacidade para resolução de problemas.

Na atividade de resolução de problemas o computador pode ser um importante aliado no desenvolvimento do raciocínio, pois algumas soluções surgem na forma de um programa de computador, que tem um encadeamento de idéias e procedimentos, que possibilita uma interação mediadora. Esta pode ocorrer em cada fase do processo de criação, a partir de análises lógicas que estabelecem hipóteses e intuições na busca da solução (RIPPER, 1996).

O fato que de a tecnologia pode ser usada como instrumento de recuperação de qualquer projeto desenvolvido nele, torna-o cúmplice no armazenamento de um processo de construção de conhecimento. Pois qualquer atividade pode ser interrompida em qualquer fase, retomada momentos seguintes, reformulada, corrigida ou substituída, conforme a análise que o seu construtor faz, tendo sempre em mente os objetivos. Que necessita desse *feedback* constante fazendo com que a tecnologia favoreça a interação e permita uma maior agilidade no desenvolvimento da tarefa.

O que apontamos percebemos que precisamos modificar a forma de nos comunicar e de utilizar a tecnologia. Só valerá a pena a tecnologia se concluirmos que aprendemos mais juntos, trocando idéias. Entretanto, para a viabilização desse projeto é preciso que aprendamos a aplicar a comunicação e a tecnologia nos eventos de forma mais compartilhada.

## **1. Comunicação e tecnologia**

Em primeira análise o canal é o único fator suscetível à transformação pela tecnologia. Segundo Marques de Mello as transformações implicam em agilidade, amplitude, personalização e finalidade da informação.

### **1.1. Transformações:**

A agilidade de transmissão da informação leva à redução do tempo entre o emissor e o receptor. Temos como exemplo o Rádio.

A amplitude atinge maior número de receptores ao mesmo tempo podemos falar da televisão - TV em satélite, como por exemplo.

Personalização adapta o processo de comunicação às características do receptor como, por exemplo, a TV escola.

A fidelidade é a capacidade de garantir que a mensagem configure da melhor forma e com o mais elevado grau de entendimento, nas intenções do emissor. Podemos Exemplo o jornal impresso e a fotografia representam recursos tecnológicos que poderá gerar fidelidade quando a intenção do emissor que descreve ou mostra situações e objetivos específicos.

## **1.2. Problemas de comunicação e comunicação de resultados**

Existem problemas no processo comunicacional e tecnológico:

O pressuposto básico da comunicação de resultados básico da comunicação de resultado apóia-se na aceitação da comunicação como instrumento de influência (...) Da mesma forma que a comunicação é entendida como o caminho escolhido pelo emissor para influenciar o receptor, no sentido de fazer realizar o comportamento esperado, a comunicação de resultado é aquela que mais enfaticamente garante a realização desse objetivo. ( DIZARD, 2000 p.138)

O comunicador que seleciona e adota processos capazes de efetivar o comportamento esperado obtém mais resultado na comunicação.

Qual é a expectativa do emissor, em relação ao receptor?

No caso do profissional de RRPP deve escolher os processos de comunicação capazes de efetivar essa expectativa.

### **1.2.1. Considerações**

- De acordo com Dizard ; a escolha da tecnologia de comunicação adequada ao objetivo determinado - efetivação do comportamento esperado.
- Na escolha, incorreta, aos objetivos / problemas de comunicação não serão satisfatórias.
- Na falta de critérios, a tecnologia mais cara ou mais recente acaba sendo escolhida, mas nem sempre é a mais eficiente para atingir os objetivos desejados.

### **1.2.2. A comunicação de resultados sugere que os problemas e causas de comunicação se reduzam em quatro ordens de transformações básicas.**

Dizard cita problemas e causas do desvio de comportamento que podem surgir com a tecnologia; com a Amplitude, finalidade, personalização e agilidade da informação.

Com a amplitude configuram-se canais que não atingem os receptores desejados.

Com relação à finalidade as Mensagens distorcidas, incompletas ou incompreensíveis poderão influenciar no objetivo a ser atingido.

Já com a personalização existe dificuldade do receptor acessar o canal a ser utilizado.

E de acordo com a agilidade demora ou existe dificuldade da mensagem chegar ao destino correto.

No problema da agilidade quase sempre, canais em que a circulação da mensagem é complexa ou então marcada por lentidão acentuada. A solução; Potencial tecnológico desejado é aquele capaz de simplificar o trânsito ou incrementar a velocidade do canal.

No problema da amplitude o canal não atinge o público esperado ou só atinge parcialmente os receptores. A solução; Meio de tecnologia que tornem os canais mais amplos.

No problema de personalização pode acontecer quando as comunicações se orientam na direção de conjuntos heterogêneos de receptores. A solução; Utiliza-se recursos tecnológicos de flexibilização que possam adaptar o mesmo canal dos receptores.

E no problema de fidelidade: Finalidade revela a ação de ruídos sobre o canal, cuja mensagem se distorce, impedindo que seja compreendida. A Solução; Tecnologia capaz de blindar os canais contra ruídos.

### 1.2.3 Tecnologia e Informação

Tentando refletir sobre pontos importantes sobre profissionais a escolha adequada do equipamento (material para aplicabilidade da tecnologia), metodologia, apresenta aspectos que podem nortear sobre o que fazer, no momento de inserir qualquer Tecnologia da Informação e da Comunicação . É uma reflexão ampla, mas que procura mostrar aquilo que a experiência vivenciada no projeto e na pesquisa.

Estabelecendo uma distinção, entre Técnica e Tecnologia, vai contribuir para superar as ambigüidades e a excessiva abrangência da palavra inglesa *Technology*<sup>3</sup>.

Segundo Charles Labboulaye, na França, define a Tecnologia nos seguintes termos:

(...) tecnologia, quer dizer *ciência dos processos* segundo os quais o homem emprega forças e age sobre as matérias-primas fornecidas pela natureza para, utilizando essas forças obter das matérias-primas o que convém à satisfação de suas necessidades e de seus desejos. (LABBOULAYE, 1853, p58. )

Técnica é um Conjunto de regras práticas para fazer determinadas coisas, envolvendo as habilidades dos executores, transmitidas verbalmente, como por exemplo, no uso das mãos, dos instrumentos, ferramentas e das máquinas. É um conceito que inclui o conjunto dos processos de uma ciência, arte ou ofício para obtenção de um resultado determinado com o melhor rendimento.

Definimos a Tecnologia como o estudo e o conhecimento científico das operações técnica. Compreendendo o estudo sistemático dos instrumentos, das ferramentas e das máquinas empregadas nos diversos ramos da técnica, dos gestos, dos tempos de trabalho, dos custos, dos materiais e da energia. A tecnologia implica na *aplicação dos métodos* das ciências físicas e naturais e também na comunicação desses conhecimentos pelo ensino.

---

<sup>3</sup> Technology é utilizado em termos abrangentes na língua americana.

A tecnologia permeia todos os campos voltados para a comunicação e provoca revolução. Ela afeta de todos os lados ainda que tenhamos resistência em aceitá-la e desfrutar dos benefícios / malefícios.

#### 1.2.4 Da Máquina de Calcular a Internet

Padre Gabriel um cientista, tecnólogo e realizadores de eventos nos mostra em sua tese sobre tecnologia a importância do surgimento da máquina de calcular para diversos serviços.

Segundo Padre Gabriel, em seus estudos;

Blaise Pascal, francês, matemático, físico e filósofo, inventou em 1642 a primeira calculadora mecânica. O dispositivo era semelhante a um velocímetro do automóvel. Chamou sua invenção de Pascalina. Com o passar do tempo vários projetos foram testados para aperfeiçoar essa calculadora. Entretanto, nada de significativo aconteceu, até que Babbage e Ada Lovelace começaram a desenvolver um projeto. (1642).

[www.vitualbook.tema.com.br/padregabriel/tese/tecnologiadi.htm](http://www.vitualbook.tema.com.br/padregabriel/tese/tecnologiadi.htm)

Porem afirma que foi somente em 1922 que Babbage apresentou à Sociedade o primeiro modelo de máquina de “diferença”, fazia cálculos necessários subtrair números. O nome da máquina foi o “método das diferenças”. Continuou a aperfeiçoar seu invento.

Ada Lovelace, filha de Lord Byron, projetou e construiu uma "máquina analítica" para calcular valores de funções matemáticas mais complicadas que as funções logarítmicas. A máquina era enorme entretanto com muitos problemas e não funcionava. Uma grande maioria da estrutura e arquitetura lógica dos computadores vêm dos projetos de Charles Babbage.

No entanto as pesquisas continuavam, por volta de 1936 Cambridge, Alan Turing, um matemático publicou um artigo, *On computable numbers* que comprovou as idéias de Babbage Turing e trouxe sua contribuição para o desenvolvimento do computador. “Os cientistas afirmaram que a matemática é uma ciência relacionada com regras lógicas”. Turing, examinou de outra forma. Verificou os problemas que uma máquina poderia resolver seguindo regras lógicas. Com uma lista de problemas Turing liderou uma equipe de

pesquisa na Inglaterra e desenvolveu o Colossus no período da Segunda Guerra Mundial. Foi o primeiro computador eletromecânico do mundo que decifrava os códigos alemães das mensagens de guerra. Quando e porque surgiu o computador? Os meios eletrônicos como rádio, telégrafos, TV, Vídeo, computador e sua evolução tecnológica.

E como esta tecnologia conseguirá avançar diante do conservadorismo das escolas e do mundo globalizado?

#### a) Primeiros Computadores

Padre Gabriel ainda diz: que Charles Babbage foi considerado o pai do computador, construiu em 1830 o primeiro computador do mundo.

Porem, segundo Soares, em sua dissertação, diz que foi somente em 1945 que foi criado o primeiro computador digital. Capaz de efetuar cálculos e revolucionar o conhecimento humano. O Eniac, primeiro computador pesava cerca de 30 toneladas e era utilizado pelo exército dos EUA. Em 1970 foram inventados os microchips, circuitos menores, e com maior capacidade de memorizarem dados e informações. E hoje temos os microcomputadores de mão, lepton's, capazes de operações complexas. Os chips foram desenvolvendo por um período de três séculos.

Desde a Antigüidade o homem busca se superar. Podemos dizer que o primeiro "modelo" de computador foi o ábaco, usado desde 2000 a.C. Ele é um tipo de computador em que podemos ver a soma dos fios.

Soares afirma ainda que;

Após a guerra, Turing colaborou no projeto do primeiro computador dos Estados Unidos, o Eniac (Electrical Numerical Integrator and Calculator), desenvolvido na Universidade da Pensilvânia desde 1943. Ainda imperfeito, era composto de 18.000 válvulas, 15.000 relés e emitia 200 quilowatts de calor. Essa máquina foi alojada em uma sala de 9m por 30m. O desenvolvimento do computador continuou, mas só com a invenção do transistor de silício, dispositivo semicondutor que pode funcionar como amplificador da corrente elétrica que o percorre, de maneira analógica a uma válvula eletrônica, em 1947, tornou possível aumentar a velocidade das operações no computador. [Web  
www.vituaalbooksoares/tese/tecnologiaabril2007.htm](http://www.vituaalbooksoares/tese/tecnologiaabril2007.htm)

Soares afirma ainda que em meados dos anos 60 cientistas observaram que um circuito eletrônico funcionariam satisfatoriamente. Então inventaram o “circuito integrado” - circuito no chip. O desenvolvimento de um circuito em um único chip levou à construção de múltiplos circuitos em um só chip<sup>4</sup>. E o seu resultado foi a colocação de vários chips juntos criando o microprocessador. “Que é uma unidade central de processamento de um microcomputador constituído por um circuito integrado”. [www.virtualbook.terra.com.br.padregabriel/tese/tecnologia.htm](http://www.virtualbook.terra.com.br/padregabriel/tese/tecnologia.htm)

### 1.2.5 Mudanças e Transformações

Em tese, padre Gabriel afirma que a primeira mídia de massa verdadeira foi no Séc. XIX quando introduziu-se as impressoras a vapor e do papel de jornal barato.

E que o Rádio em 1920, televisão 1939 - introduziu a transmissão por ondas eletromagnéticas.

A Transição para a produção, armazenagem e distribuição de informação e entretenimento estruturados em computadores envolve a transmissão por ondas eletromagnéticas. Como por exemplo a multimídia, compact discs, bancos de dados portáteis, redes nacionais de fibras óticas, mensagens de fax, paginas de web<sup>5</sup> e outros serviços.

Diz ainda que as Linhas tradicionais entre veículo e outros se desagregam quando compartilham de um módulo comum-computador.

- Fax são jornais;
- Compct discs são livros;
- Satélites são transmissores de televisão;
- As diferenças perdem as medidas em que os computadores transformam os produtos tradicionais e acrescentam novos.

---

<sup>4</sup> Chip sensor

<sup>5</sup> Web pagina na internet

## **1.2.6. A era vindoura dos tele computadores**

### **1.2.6.1 Computadores e televisão**

Padre Gabriel, unindo computador e televisão diz que cada vez mais estão parecidos. A união das duas ferramentas tecnológicas favorece os profissionais de hoje que utilizam como ferramenta de trabalho.

O tele computador é um tipo novo de híbrido eletrônico. E já dizia que “Substituirá os televisores antiquados, os computadores pessoais, aparelhos de videocassete, será uma máquinas de jogos e será Toca-discos digitais dentre outros”. [www.virtualbook.terra.com.br.padregabriel/tese/tecnologia.htm](http://www.virtualbook.terra.com.br.padregabriel/tese/tecnologia.htm)

### **1.2.6.2 Os televisores**

Para as televisões, padre Gabriel, afirma que são instrumentos interativos de multimídia e manusearão todos os tipos de serviço de vídeo, dados ou som. E que serão distribuídos para casas e outras localidades através de redes a cabo e redes sem fio. Cada cabo com centenas e milhares de canais de vídeo interativo. E milhares de links bidirecionais de dados.

### **1.2.6.3. Computadores IBM**

Padre Gabriel pesquisa no mercado mundial em 1940 que a IBM detinha o potencial para computadores de grande porte. Porém foi somente em 1981 que comercializou seu primeiro computador pessoal. Projetando 25.000 aparelhos. Entretanto, desde então, foram vendidos mais de 200 milhões de pequenos computadores nos EUA e exterior.

Já Alexander Graham Bell limitou-se apenas ao telefone.

Theodore Vail, presidente da cia de telefone que falou da possibilidade de sede nacional. Compreendeu as conseqüências sociais e econômicas mais amplas da tecnologia.

Segundo padre Gabriel a maioria das decisões críticas em qualquer adoção tecnológica é tomada por motivos políticos e econômicos. Empresas

menos promissora politicamente, economicamente e socialmente perderão sobre as outras.

#### **1.2.6.4 Computadores e Comunicações: Resultados**

Segundo Michel Dertozos, chefe do laboratório de ciências da computação em massachusetts (MIT).

Essa combinação inexorável de capacidades transformou uma tênue promessa de sinergia num potencial imenso e real...esses dois gigantes, os computadores e as redes, podem fundir-se para formar uma infra-estrutura ainda mais promissora do que as tecnologias individuais. (DIZARD, p.56).

#### **1.2.6.5 Revolução do chip- Surgiu na dec. 60**

O chip surgiu revolucionando o mercado do computador. O Chip semicondutor foi a pedra angular da era da informação. São de silício e se aperfeiçoam tecnologicamente a cada dos anos.

A tecnologia reduziu os computadores; de máquinas do tamanho de uma sala para dispositivos que cabem na palma da mão.

O flash - Memory chip resultou em computadores ainda menores. Retém informação quando é desligado, descartando o sistema de armazenagem em disc-drives. A Intel fabrica um cartão de memória leve que pode armazenar dado quanto ao PC - Computador.

#### **1.2.6.6 A tecnologia em chips transforma as indústrias de mídia**

A tecnologia em chips transformou as indústrias da mídia de duas maneiras aumentando a informação e distribuindo os produtos de mídia.

- 1- Computadorização da produção de informação;
- 2- Distribuição dos produtos de mídia através de circuitos de comunicação de alta capacidade.

### **1.3. Computadores: Máquinas da nova mídia.**

Os aparelhos vêm se modernizando como, segundo Dizard:

- Troca das máquinas de escrever, anos 80, pelo computador. Acelerou o processo de edição;
- Correio eletrônico; (Recebimento e envio);
- Recuperação de dados na Internet;
- Computadores portáteis facilitam o trabalho dos jornalistas transmitindo simultaneamente aos redatores;
- Introdução do desktop publishing- edição programação jornais (textos, fotos, gráficos, revistas, livros e outros) reduzindo custo e tornando os textos mais atraentes.

### **1.4. Editorando em Desktops.**

Alta tecnologia do desktop publishing é a vídeo-composição.

#### **1.4.1. Utilizada em indústrias de televisão e cinematográfica.**

O repórter de imprensa reorganiza frases em processador de texto na ilha de edição de vídeo, monta materiais visuais, sonoros e impressos, surge diferentes versões e armazenando em compact disc; (filme ou videotape).

O vídeo composição ou edição não linear poderá substituir o videotape nos estúdios de televisão e cinema.

Ao final dos anos 90, empresas começaram a comercializar essa tecnologia. (Armazenando animação, gráficos e vídeos noticiários, entretenimento entre outros).

Os Microfilmes estão sendo substituídos por videotextos, armazenados em computadores ou em compact discs.

A publicação de videotextos, fonte lucrativa de renda está surgindo para as indústrias de jornais e revistas o Pioneiro foi New York Times.

Na Déc. 80 Dow Jones, editora do Wall Street Journal comercializou informações eletrônicas com New York Times. Dow Jones News Retrieval service oferece 60 serviços on line de dados financeiros e comerciais.

A Mc Graw-hill oferece maioria das revistas e boletins em formato eletrônico.

Reuters, grande provedor de videotexto, tradicional agência de notícias e serviços de videotextos de dados financeiros. (10%).

Governo dos estados unidos distribuiu desde manual de Baby care (best-seller), aos mapas de Marte da NASA, através do US government Printing Office (GPO).

Início dos anos 90; (35%) publicações governamentais ainda eram fornecidas impressa. E os 1.200 serviços eram em videotexto.

Empresas investiam milhões de dólares para evitar o fracasso da década de 80. (Time Inc., a cadeia de jornais Knight-Ridder, o Los Angeles Times Mirror a CBS e outros). Entretanto não tiveram sucesso.

Minitel, administrado pela France telecom, visava oferecer informações de catálogo telefônico. Porém se expandiu num serviço integral de videotextos (+ 35 milhões de assinantes).

#### **1.4.2 Competindo pelo mercado de informação via PC**

Nos Anos 80, primeiro serviço americano (Prodigy desenvolvido pela IBM e pela Sears Roebuck), oferecia compras a domicilio, guia de viagens, classificação de restaurantes, enciclopédia, jogos, notícias, preços de estoque, informações mercadológicas, serviço de pagamento automático e rede de correio eletrônico.

Surge, então, AOL - América On-line superando na competição. (sala de bate-papo e projetos gráficos).

Acesso fácil á internet e os recursos da Word Wide Web propiciou rápido crescimento.

A Microsoft network (MSN)-1995 possui o sistema operacional do Windows, conta com suporte corporativo e ligações com rede de notícias a cabo MSNBC.

A AT&T- com 50 milhões de clientes fundiu-se com a TCI - tele comunicativas Inc.(1998) tornando a maior provedora de serviços On-line.

Entretanto, a AOL ultrapassou 10 milhões de assinantes, seguida pela MSN 2,3 milhões e a AT&T com menos de um milhão.

### **1.4.3 Compact Discs : Da música à multimídia**

Segundo Negroponte, em vida Digital, aborda os Compact Discs – CD, as tecnologias familiares;

- Alta capacidade de armazenar dados (+/- 10.000 imagens).
- Inicialmente veio substituir o vinil.
- Expandiu-se rapidamente, encontra-se disponível em 9 milhões de empresas americanas.
- Protótipo tem capacidade de armazenar 6,5 trilhões, 2.000X mais dados do que os computadores atuais.
- No Japão, Matsushita, está desenvolvendo um dispositivo com capacidade de armazenar 1.000 X mais que os discos magnéticos ou óticos.
- A medida que o preço fica acessível, está sendo comercializado como produto de consumo de massa.
- Os PCs com CDs para jogos interativos, Myst, vendeu mais de 5 milhões de cópias. Ex: Oxford English Dictionary em 12 volumes foi editado em 1 CD.
- CD – Players instalados em computadores desktop e CD-players portáteis o primeiro mais bem sucedido é o Sony data discman.
- Biblioteca de programas de data discman inclui 11 dicionários, aulas de idiomas, guias de viagem, jogos de perguntas e respostas e bíblia.
- Recentemente a Sony desenvolveu “disco sub-miniatura” reduzido á metade do tamanho dos discos convencionais.
- No fim dos anos 90 os net - book surgiram com drives de CD-Rom.

#### **1.4.4 A aposta da mídia na tecnologia de disco:**

Negroponete estuda também o DVD digital vídeo disc e afirma que é o avanço tecnológico sobre os cds com as seguintes especificações.

- Com alta qualidade visual e sonora, combinação de voz, vídeo ou dados de informação.
- Maior capacidade de armazenagem (7X).
- Teve aceitação lenta dos consumidores, nos anos 90, pois necessitavam de equipamento “Player” que era caro.
- Os cinemas já estão passando os produtos em vídeo para DVD.
- Editoras de livro estão comercializando edições em disco, acrescidas de áudio e vídeo.
- Editoras de jornais e revistas estão adaptando seus produtos com material áudio-visual.
- Forrester research Institute estima mais de 53 milhões de casas terão computadores com drives DVD em 2002, um aumento de 5 vezes em relação á 1999.
- América Online – AOL tem sido líder no avanço tecnológico do DVD.

#### **1.4.5. O poder do tele computador**

Negroponete, 1995, abrange ainda o poder do Tele computador, também chamado de TV inteligente, fornecerá aos lares via cabo ou canais de satélite e equipados de CD interativo.

- Os tele computadores poderiam tornar-se ligação-mestra, fornecendo serviços de mídia convencional e nova, em casa e em outros locais. Virão em diferentes formatos.
- A xerox Corporation desenvolveu uma tela de parede, menos espessa que um bloco de papel que apresenta funções de multimídia de computador.
- Japoneses fabricaram eletrônicos similares.
- O laboratório de Mídia do MIT vem trabalhando em protótipos desde a década de 80.

- Segundo Bill Gates “A multimídia será maior do que qualquer coisa que já fazemos hoje em dia.”
- Desde o vídeo analógico ao digital – Surgiram problemas.
- Elevado custo da tecnologia digital (dados em forma de vídeo, áudio, imprensa ou combinações das três).
- Modernização das redes que ligarão os tele computadores (Informação e entretenimento).

Substituição de quase toda a rede de telecomunicação de analógico para digital.

- O analógico recebe um sinal de cada vez enquanto que o digital pode receber vídeo, som ou dados todos de uma só vez.

#### **1.4.6. Acelerando o tempo digital**

Negroponte em, a Vida Digital, afirma que o mundo digital está revolucionando o mercado, acelerando as informações e buscando soluções.

- O tele computador será o ponto central da indústria “a casa inteligente”.
- Pesquisadores do laboratório de mídia do MIT trabalham em um projeto Things That Thing (coisa que pensam ).Utiliza computadores minúsculos, espalhados pela casa que receberão e transmitirão várias instruções.
- Teste em um cômodo onde o indivíduo diz “Quero ver um filme “; e o computador embutido toma as providências.
- O que era um sonho, hoje é um desafio de produto e marketing.

#### **1.4.7 Televisão de alta definição**

Negroponte demonstra que a televisão analógica possui imagens com definições menores que as digitais.

Televisão de alta definição (high-definition television- HDTV) eventualmente irá substituir os aparelhos analógicos.

HDTV possui o dobro de linhas de definição da TV convencional, além de som estéreo. Foi tida como simples avanço da TV atual. Entretanto, a Federal Communications Commission (FCC) nos anos 90 investiu na HDTV baseando na tecnologia digital. Um grande avanço de risco, pois os japoneses tinham sua versão do sistema de alta definição com base analógica que dominava o mercado antes que o sistema fosse desenvolvido.

A FCC foi mais além, permitindo que a televisão transmitisse uma gama completa de voz, vídeo e informações para as pessoas tornando-se distribuidor completo de serviços digitais de multimídia.

A indústria de computadores reagiu, pois dominavam o mercado de serviços de multimídia.

Os padrões FCC para HDTV eram transmitidos através do ar. Surgindo uma guerra entre os lobbies da indústria de computadores e de rede de TV; em Washington. Entretanto, não se sabe como o recurso da televisão de alta definição será oferecido ao consumidor. Tecnicamente podem ser transmitidos por computadores, sistemas de TV, a cabo ou pelo ar.

A Toshiba já apresentou um protótipo de um vídeo cassete para a televisão de alta definição.

DIZARD em 2000 Já afirmava que não se tornariam populares antes de 2005. A indústria FCC está atrasada para a ativação dos serviços HDTV.

Temos o problema de resistência do consumidor, os altos preços dos aparelhos chegando a custar (1998) US\$ 5.000,00 embora estejam caindo rapidamente.

#### **1.4.8 Aprimorando a Internet**

A internet foi se aprimorando com apoio de outras tecnologias.

- Tinha acesso à mídia limitando para disponibilizar informações impressas e gráficas.

- Telefonia via rede enfrenta problemas para desenvolver serviços de multimídia<sup>6</sup> na internet<sup>7</sup>.
- Transmissão de rádio via rede através do programa de *audio-on-demand* possibilita as centenas de estações de rádio americana 24 horas por dia pela internet. (Web) .
- O vídeo via internet é mais complexo necessita de uma banda maior.
- Produção de “ciberseriados”, “Cibernovelas”, “Ciberculturas<sup>8</sup>”.

#### **1.4.9 Sistemas de cabo: A nova fronteira do vídeo.**

Os vídeos tinham delimitações com o avanço essas fronteiras foram se dissipando.

- Em 1998 a CNN distribuiu videoselect uma programação de vídeo e áudio no Webside da rede-Pioneira.
- Oferecia pequenos videoclipes enviando seis canais simultaneamente.
- Videovault permite os navegantes da Web acessar histórias armazenadas nos arquivos de vídeo digital da CNN.

#### **1.4.10 Realidade virtual: Viagens no ciberespaço.**

O ciberespaço<sup>9</sup> surgiu com os jogos criando uma Realidade Virtual, ou seja, uma falsa verdade.

Realidade virtual (RV), mundo de fantasia de jogos e interface homem-computador – Chamada ciberespaço. R.V Projetam o usuário em ambiente tridimensional gerado pelo computador. Existem os óculos de dados. RV é mais que um jogo de ficção-científica. Até a NASA já quer fazer marte em três dimensões e criar a paisagem virtual de vênus.

---

<sup>6</sup> Multimídia; muitas mídias.

<sup>7</sup> Internet Meio de Comunicação com o mundo.

<sup>8</sup> Cibercultura Espaço da cultura.

<sup>9</sup> Ciberespaço interface homem / computador – Realidade Virtual.

### 1.4.11 Colocando a realidade virtual - RV em prática

Wall Street usando equipamentos de RV passeia por uma paisagem surrealista gerada por um computador e composta de quadros coloridos. Os quadros azuis significam ações em alta e as vermelhas ações em baixa.

A RV adaptando-se às compras á domicílio atua em ciberespaço na qual computadores “andam” através de um shopping virtual. Por este sistema compra-se qualquer produto gerado por imagem virtual.

A RV será uma força da mídia ou apenas um dispositivo tecnológico. Como ferramenta de informação pode acrescentar muito, como dispositivo de entretenimento poderia ser o brinquedo Super-Nitendo.

Concluamos que:

A realidade virtual á parte estamos entrando num ambiente ano quais as máquinas de informação baseadas em computador estão mudando as maneiras como produzimos e armazenamos informação. Após anos de experiências com essas novas técnicas, as indústrias de mídia de massa estão adaptando-as para prestar serviços e examinando seriamente seu potencial de gerar produtos. ( DIZARD, 2.000, p.74)

A RV facilita faz com que as pessoas adquiram todo e qualquer tipo produto. Na tecnologia a “Palavras-chave no modelo científico é tecnologia / Técnica, amplitude, agilidade e personalização”. (GERIBELO, 2002, p ).

A tecnologia vem crescendo: Seja pela velocidade, quantidade ou variedade com que transforma os meios, sistemas e processos de comunicação. Seja pelo aspecto radical e profundo dessas transformações.

A tecnologia avançou Samuel Morse com o telégrafo.

Às múltiplas possibilidades de comunicação via satélite.

Equipamentos e procedimentos (saltos tecnológicos).

Com isso, despertam curiosos e estudiosos nas conseqüências dessas transformações.

A produção de estudos sobre comunicação / tecnologia é crescente, porém não contempla todos em que esse gênero pode subdividir-se. A primeira proposta é mostrar que a literatura sobre comunicação e tecnologia submete-se a uma classificação básica das palavras. Sendo assim, abre espaço para viés alternativo inexplorado.

#### **1.4.11.1 O uso do PC na Escola**

O mundo atual está sofrendo influências do computador e pela informatização que buscamos nele. As instituições de comunicação não podem estar indiferentes a essa evolução. Em sua missão de servir os alunos e futuros profissionais de mercado de trabalho, alicerçando o conhecimento a partir das informações.

Os computadores ajudam a pensar? A simples adoção da técnica, não basta para levar o aluno a pensar. A própria técnica não deixa de ser fruto do pensamento. Mas quando se alia aos diversos recursos, visuais, auditivos, animação, colabora para despertar o interesse do aluno. Ela se torna uma aliada do aluno e ao profissional de comunicação – Relações Públicas – RP e principalmente no mercado.

As crianças de hoje, possuem interesses e padrões de pensamento influenciados pela tecnologia. A escola, enquanto formadora de cidadãos críticos, não pode ignorar essa problemática. Ela irá inserir as informações em seu tempo. Ela pode descobrir o que há de bom na crise. Temos que nos perguntar em que sentido e em que medida a informática pode revolucionar a educação?

Os computadores têm causado polêmicas entre pessoas que são a favor de sua entrada na escola, e aqueles que são contra. Acreditam que a informática com os computadores substituirá os professores, homens estarão cada vez mais alienados com uso das máquinas. A televisão, pelo visto, ficará cada vez mais próxima do computador.

Os computadores nas escolas deverão modernizá-la procurando formar um jovem aberto para as inovações e para a descoberta, porém, é fundamentalmente importante que sua aplicação seja orientada, amparada e embasada por uma teoria e definida por projetos pedagógicos claramente delineados pela instituição.

A informática no contexto Institucional apresenta cinco etapas diferentes pedagógicas. A primeira seria a utilização da telemática, de sistemas de redes com acesso a bancos de dados em busca de uma cultura, de informação e aquisição conhecimento através desta tecnologia. A segunda etapa é a utilização de aplicativos e recursos que apoiarão os profissionais e alunos, e estes podem ser processadores de textos, planilhas, gráficos e outros. A terceira seria a utilização de aplicativos e software que visa realizar atividades, como a produção de um jornal e revista, projeção de imagens dentre outras. A quarta etapa é formada por jogos, softwares e linguagens que em última instância busca desenvolver o raciocínio do aluno e do profissional. A última etapa é a utilização de CD ROM e computação gráfica visando conteúdos, a aprendizagem e aplicação no mercado de eventos. Todas as etapas unificadas assessorarão no planejamento e execução dos eventos.

Na utilização da telemática, no uso das redes eletrônicas, a Internet aparece como a rede, das redes, e sua utilização na aplicação de eventos têm cada vez mais atingindo o sistema mercadológico. As redes servem para o compartilhamento de trabalhos, disciplinas e troca de informações colaborando com o processo comunicacional. A utilização das redes na Internet rompe barreiras das instituições mantendo um intercâmbio colaborativo entre alunos, professores, profissionais e o mundo.

O Ministério das Comunicações atua como um “ministério da infraestrutura” da área. Os assuntos públicos, referentes às áreas de comunicações são conduzidos de forma exclusiva entre Estado e setor privado através de práticas de patrimonialismo<sup>10</sup>, corporativismo<sup>11</sup> e cartelismo<sup>12</sup>. A legislação da área de comunicação e tecnologia está defasada. Os procedimentos legislativos e governamentais são arcaicos diante da evolução do setor. A legislação caminha muito lenta e não consegue acompanhar os constantes desafios e inovações tecnológicas. [virtualbook.terra.com.br. padregabriel/tese/tecnologia.htm](http://virtualbook.terra.com.br/padregabriel/tese/tecnologia.htm)

As instituições e universidades, pelo medo do novo, deixaram, de avançar no conhecimento e na tecnologia. Pessoas assustadas, amedrontadas tendem a recuar em vez de avançar. O medo cria barreiras é

---

<sup>10</sup> Deter o poder moral, cultural e intelectual.

<sup>11</sup> Associação de pessoas com interesse comum.

<sup>12</sup> Pessoas que se organizam em sindicatos para distribuir cotas de produção e os mercados

um péssimo aliado. A história, entretanto, sempre apresenta-nos realidades novas e às vezes, desafiadoras. Vejamos por exemplo, o que tem significado para todos nós atualmente, a globalização econômica e cultural. As empresas e a população são afetadas, ainda que não queiram, têm que mudar muito a si mesmas para ter a sobrevivência garantida no mercado de trabalho e na sociedade. A rapidez dessas mudanças contrasta com valores seculares e nesse turbilhão de informações vivenciamos diversas crises. É a crise que nos faz crescer.

Enquanto as instituições são pressionadas para resolver tantos desafios internos, gerados por políticas governamentais, elas correm o risco de perder a visão da realidade. Além do diploma o mercado quer profissionais competentes. Profissionais que saibam interagir com a realidade de forma empreendedora<sup>13</sup> e criativa. Enclausurada em seus limites as instituições deixam escapar a realidade. Embaraçada em si mesma ela pára no tempo enquanto o mundo caminha tecnologicamente.

Não há como negar que o papel das instituições dentro deste contexto é muito difícil. Tudo acontece na velocidade da luz. Corremos o risco de sermos devorados por tantas novidades. O processo de formação é lento, gradual e contínuo. Hoje é difícil conceber um processo linear dessa forma. Parece que tudo acontece ao mesmo tempo. A realidade pode ser desmontada e remontada virtualmente pela tecnologia. Nossa percepção da realidade é reconstruída e mediada através dos meios tecnológicos. É virtual e em tempo real. A realidade virtual seduz mais que a sala de aula, entretanto muitas instituições não aproveitam os benefícios dessa realidade.

A instituição, inserida num contexto social que tem uma dinâmica de mudanças mais veloz, continua com práticas pedagógicas que resistem às exigências de um novo cenário que surge, o qual estabelece relacionamentos entre atividades que antes não se comunicavam.

Para absorver esta linha de raciocínio, Carlos Pontes em seus estudos de mestrado em comunicação; afirma que:

---

<sup>13</sup> Aquele que empreende, busca sem medo.

(...) escola, qualquer que seja sua modalidade, terá que ser menos formal e mais flexível, para não apenas transmitir conhecimentos técnicos e livrescos, mas para gerar conhecimentos a partir das reflexões sobre as práticas inseridas num mundo que age e se organiza diferentemente dos esquemas tradicionais. (BASTOS.1996, p. 2)

Ao inserir uma tecnologia de ponta na educação, como é o computador, nada melhor do que a escola procurar rever sua postura educacional e não simplesmente inserir equipamento no meio acadêmico e profissional.

Outro aspecto a ser considerado é no que diz respeito ao recurso tecnológico. Qualquer que seja a abordagem metodológica adotada para inserir uma tecnologia nas ações comunicacionais uma coisa se torna primordial: (www.UTP.br/mestradoemeducação/publicação/CarlosPontes.htm)

Precisa conhecer os recursos da tecnologia para escolher aqueles que poderão servir a seus claros propósitos práticos e teóricos. Além disso, é preciso dispor, como condição essencial, de um modelo de metodologia para o uso de tais recursos. (FAGUNDES, 1996, p. 24).

Os novos meios tecnológicos não irão humanizar as instituições, pois, não devem ser vistos como fim em si mesmos. A pior atitude das instituições, nesse momento seria de recuo diante de tantas possibilidades tecnológicas. Neste cenário, ela não pode temer ao novo. Isso, entretanto, não acontece sem algumas rupturas. Todos devem estar preparados para alavancarem neste cenário midiático.

Ao fazer uma análise sobre o processo da aplicação da tecnologia e o conhecimento pessoal intuitivo e uma analogia com os dois hemisférios cerebrais, PARPET (1994) diz que;

No que tange a pensar sobre a aprendizagem, quase todos nós utilizamos o hemisfério cerebral da Escola, que pensa que a Escola é o único modo natural de aprender, e um hemisfério pessoal, que sabe perfeitamente que ela não o é. (PARPET, 1994, p. 32).

Na continuidade do raciocínio, ele apresenta um argumento que serve de pista para a escolha da metodologia, quando diz:

Uma segunda estratégia para fortalecer o lado pessoal e romper com o golpe de gravata do hemisfério escolar é desenvolver uma metodologia para a reflexão sobre casos de aprendizagem bem-sucedida e especialmente sobre nossas próprias melhores experiências de aprendizagem. (PARPET, 1994, p. 32).

Fora das instituições encontramos situações, procedimentos, modelos, ambientes e outros pontos, nos quais é possível haver aprendizagem. Na experiência de cada um e no contexto cultural e social há momentos e espaços ricos para a utilização em atividades mercadológicas, que podem ser considerados cenários propícios para a aquisição e construção do conhecimento.

Do ponto de vista técnico a reflexão sobre o campo das práticas de eventos como congresso, formaturas, coquetéis, feiras, dentre outros. É a capacidade de utilização de ferramentas com conhecimento próprio, incluindo observação, montagem, desmontagem, comparação e hierarquização. Chega também à organização de operações mentais da lógica, como: analisar, sintetizar, induzir, deduzir e desenvolver analogias específicas para cada situação de eventos.

Os meios da ação técnica estão impregnados de cultura.

São as habilidades que demonstram engenhosidade, talento, 'savoir-faire'. Cria-se um ambiente em que são organizados modelos os mais diversos, métodos, procedimentos e receitas para soluções. (BASTOS, 1996, p. 4)

Não é simples adoção de computadores e máquinas modernas que serão a redenção dos eventos. As questões são muito mais complicadas. Entretanto, a visão que a tecnologia e os novos meios de comunicação amedronta é uma atitude de recusa aponta-nos para uma outra vertente: a dificuldade daqueles que fazem profissionais a dotarem novas maneiras de aplicar a tecnologia nos eventos. Enquanto instituições e profissionais se recusam em abraçar as novas possibilidades para tecnológicas, outras organizações, como as empresas vão a busca com extrema facilidade nessas possibilidades. Isso marca o descompasso entre a organização instituições e outras organizações. Enquanto empreendedores vão à busca de desafios. As instituições prosseguem com a certeza, de sua performance sufoca os desejos e anseios de realizações pessoais e profissionais. Nossas realizações passam pela compreensão de todos. Isso não acontece sem comunicação.

#### 1.4.11.2 A Internet ligando ao mundo através do computador:

A Internet é o nome da rede que liga computadores do mundo inteiro através do telefone surgiu na década de 60 a pedido do ministro de Defesa dos Estados Unidos, que queria um meio para enviar documentos e informações que não pudesse ser destruído pelo inimigo soviético. No início foi utilizado só por cientistas de algumas universidades, entretanto, com a disseminação dos computadores pessoais, na década de 80, a Internet, se expandiu para todos os tipos de usuários, contatos a distância, para jogos, namoro e compra de produtos. Estima-se que chegue a atingir 1 bilhão de usuários na virada para o século XXI.

O que faz a Internet tão poderosa assim é uma espécie de “*esperanto da informática*”<sup>14</sup> que atende pelas siglas TCP/IP (Protocolo de Controle de Transferência/ Protocolo Internet, em inglês). Todos os computadores que entendem a língua são capazes de trocar informações. Por isso o crescimento e a evolução dos computadores ao se conectar máquinas diferentes. Com isso o volume de informações na Internet é monstruoso. No Brasil, criam-se todos os dias mais de 140 mil novas páginas de web e serviços de informação na rede globalizada. ([vitalbooks.terra.com.br/padregabriel/tese/tecnologiaof.htm](http://vitalbooks.terra.com.br/padregabriel/tese/tecnologiaof.htm))

Através da Internet se pretende acessar um computador em outro país não é necessário fazer um interurbano internacional. Basta conectar-se a um computador ligado à Internet na sua cidade. Esse computador local está conectado a um servidor<sup>15</sup> em outro estado (ou país) até chegar ao destino. Essa forma de funcionamento garante um custo baixo de conexão. São máquinas velozes conhecidas como servidores e são controladas por universidades, empresas e órgãos do governo.

Instituições acadêmicas hoje permitem a funcionários, professores, alunos e ex-alunos, atuais profissionais de comunicação a se conectarem à rede através de computadores instalados no campus ou de casa, basta ter uma senha individual. As telas, que antes estavam dispersas agora são interligadas. No mesmo visor podemos ver TV, ler notícias, jogar, movimentar contas bancárias, estudar e trabalhar. Basta estar disponibilizada na rede a informação, pois não tem fronteiras.

---

<sup>14</sup> Informática se refere à utilização de computadores e seus respectivos programas.

<sup>15</sup> Servidor serve como hospedeiro.

Segundo Padre Geraldo;

As instituições com educação presencial sofreram e sofrerão mudanças com as redes eletrônicas. Estamos na era da informação aliada à imagem. Por causa da necessidade de propaganda institucional e a globalização o uso da Internet tende a crescer mais ainda. As redes exercem um fascínio aos estudantes e a todos os seres humanos. Eles gostam de conhecer lugares novos, pessoas diferentes, propostas inovadoras, programas e outras culturas. ([vitalbooks.terra.com.br/padregabriel/tese/tecnologiaof.htm](http://vitalbooks.terra.com.br/padregabriel/tese/tecnologiaof.htm))

E aborda ainda que o risco esteja em se perder diante de tanta informações que aparecem e somem rapidamente. Interpretar informações é uma tarefa árdua que nem sempre as pessoas estão preparadas para filtrar as informações. Exige um domínio de referenciais de teóricos. As imagens são atrativas, sobretudo quando surgem aliadas aos sons e movimentos são mais poderosas. Hoje não basta ensinar a buscar informações. É preciso saber selecioná-las, registrá-las e excluir informações desnecessárias para adquirir conhecimento.

Podemos perceber além dos benefícios que a Internet trouxe ela também traz muitos prejuízos. Podemos encontrar desde os sites sérios até abusivos. Desde a educação, diversão, jogos à perversão. Além disso, a política educacional pode contornar os problemas do acesso bloqueando alguns sites. Sabemos que o estado brasileiro gasta muito dinheiro com os chamados “alunos fantasmas”, alunos que apesar de matriculados não estão nas escolas. Esses gastos poderiam ser racionalizados e se aplicados corretamente, as escolas não estariam tão perdidas diante da globalização.

### **1.5 Tecnologia na Sociedade (sociologia)**

Segundo Lakatos e Marconi, 1999, além da atenção que a metodologia deve dar ao recurso tecnológico, as estratégias, técnicas, métodos e os instrumentos a serem utilizados, têm que propiciar um ambiente de iniciativa e de autonomia na sociedade. Deve haver cooperação e incentivo em trabalhos de grupos, em que as pessoas envolvidas têm que estar dispostas para ouvir e

contribuir, tanto no seu processo de crescimento como no processo de cada um dos outros membros do grupo. Isto é o que se apresenta como importante a ser considerado no uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação aplicando nos eventos. São considerações colocadas para o debate e que não se pretende que seja o discurso final, mas um instrumento de diálogo e colaboração entre aqueles que querem tornar a tecnologia como uma ferramenta colaborativa, construtiva, útil, agradável e ativamente participante de qualquer processo, planejamento e execução dos eventos.

O profissional - Tecnólogo em Comunicação Empresarial e Institucional, oriundo do Curso Superior de Tecnologia - CTCEI é de nível superior com competências e habilidades para planejar, programar, administrar, gerenciar, promover e aprimorar a técnica e tecnologia. O ramo da Comunicação Empresarial e Institucional interna e externa, assumindo ação empreendedora em pesquisa e inovação aplicando essa tecnologia em eventos.

### **1.5.1 Divide-se em dois segmentos básicos: Sociologia e tecnismo**

Investigação das conseqüências sociais da comunicação tecnologicamente transformada.

Avaliação dos aspectos técnicos dessa transformação, ao longo da história.

No enfoque sociológico, incorporam-se novas tecnologias de comunicação interagindo com comportamento cultural, social, político e econômico.

Em Cibercultura Levy; (1.999)

(...) aborda as implicações culturais do desenvolvimento das tecnologias digitais de informação e de comunicação {...}, enfatizamos a atitude geral frente ao processo, das novas tecnologias, a virtualização da informação que se encontra em andamento e a mutação global da civilização que dela resulta. ( LEVY 1999 , p.17)

Estudiosos no Brasil e nos Estados Unidos e Europa canalizam suas pesquisas para a mutação da civilização.

BOURDIEU (1997), quando estuda a televisão, faz considerações nos aspectos tecnológicos do veículo de comunicação. Centrou nas conseqüências que ele provoca na sociedade.

É importante, no meio sociológico a tecnologia, quando causa mudanças sociais.

As características dos estudos tecnicistas, qualidade de técnico, são descrições dos recursos, sistemas e equipamentos tecnológicos que alteram a comunicação e a forma que ocorre essa mudança.

Segundo Bourdieu difere tecnicista e sociológica:

(...) diferença entre a corrente tecnicista e a sociológica é a condição de importância assumida pela descrição e conhecimento técnico da tecnologia, que na primeira corrente, assume o papel principal, enquanto atua como mero coadjuvante nos estudos de orientação sociológica (BOURDIEU, 1997.p 132).

### **1.5.2 Enfoque comunicacional**

Quais são os componentes básicos da comunicação?

Como eles integram em todos os processos possíveis na comunicação de massa?

O enfoque comunicacional busca transformações básicas e essenciais que a incorporação da tecnologia provoca nos processos de comunicação.

Ex.: passagem de difusão por estações retransmissoras para difusão via satélite, na televisão e a evolução de sistema de radiofoto para fax, na transmissão de imagem impressa. As mudanças ocorridas foram as mesmas.

## CAPÍTULO II

### 2 Comunicação

O que é comunicação? O termo “Comunicação” também pode ser os tipos de comunicação originários dos meios de comunicação de massa nada têm em comum com a nossa forma de nos comunicar diariamente. John B. Thompson (1995), examina essas diferenças com muita exatidão.

Na verdade, mesmo nas circunstâncias da comunicação de massa, os receptores têm, certamente, alguma possibilidade de contribuir, pois são consumidores que podem, muitas vezes, escolher entre os diferentes tipos de produtos da mídia e cujas opiniões são muitas vezes solicitadas ou levadas em consideração pelas organizações interessadas na produção e difusão desses produtos (THOMPSON, 1995, p.47).

#### 2.1 Evolução da história: As três ondas

Segundo padre Gabriel “poderíamos dizer que somos o que comunicamos”. Por mais completo que sejam os processos comunicativos nunca conseguirá expressar um mesmo significado para o interlocutor. Isso porque cada ser possui uma “bagagem histórica”. A comunicação acontece em diversos níveis de profundidade, vão desde a simples percepção da pessoa até a troca de elementos profundos depende do repertório de cada um. A comunicação evolui na direção da inclusão social, da integração, do conhecimento. Da inclusão de pessoas diferentes, de formas distintas de ver, pensar e agir. O ser humano tem a necessidade de se comunicar. A comunicação é um elo que nos constitui como sujeitos da história. Por isso que os governos autoritários têm tanta necessidade de censurar a comunicação. Comunicamo-nos porque temos carências, queremos preencher desejos e ansiedades, expectativas, acalmar nossos medos, porque precisamos de informações de diversos autores para abstrair o conhecimento.

A comunicação nos torna equilibrados, abertos, sensíveis, positivos dispostos para buscar e conquistar. Precisamos nos comunicar para aprender, para desenvolver as qualidades pessoais, éticas profissionais, emocionais, familiares e estéticas.

A comunicação é abordada em vários campos e se consolida através dos meios de comunicação. Alguns dos principais modelos de comunicação sugeridos por vários pesquisadores. Esses modelos diferem entre si, na forma, na linguagem e na presença da pessoa. Entretanto assemelham segundo Eduardo Diatay B. de Menezes.

Na visão de Toller, cada fase da evolução da história foi chamada de onda. Cada onda possui sua característica.

A primeira onda tinha como forma de riqueza e sobrevivência o cultivo da terra. A tecnologia era incipiente na época trazendo grandes mudanças (1650-1750). Sabemos que a semente utilizada antigamente ou uma carroça, hoje o trator e a colheitadeira são evoluções tecnológicas nos dias atuais.

A segunda onda surgiu a partir da Revolução Industrial. Surge a imprensa escrita e falada, o correio, o rádio e a televisão. A informação começa se democratizar. A Informação mecanicista se torna comunicação de massa. O conceito de cultura de massa é muito anterior a invenção da televisão. Data da época da Revolução Industrial na Inglaterra, quando as classes subalternas passam a ter acesso a outro tipo de vida que lhes permitiram usufruir de bens culturais, restrita antes somente às elites. A Comunicação passiva, pouco criativa e mecânica. Antigamente, aceitava-se o que os livros diziam. Acreditava-se que era verdade absoluta. Nessa fase a riqueza era através da manufatura industrial e o comércio de bens. A mudança foi radical onde os meios de produção evoluíram tecnologicamente. As fábricas, equipamentos, a matéria prima utilizada e o trabalho humano passaram a ter maior valor. Entretanto, necessita-se de grande investimento inicial.

Hoje, já na terceira onda, surgiu a revolução da informação e do conhecimento desmassificando a produção estimulando ao crescimento individual. Priorizando uma minoria. Com isso, passou a ser o processo dominante para aquisição de riquezas. Estamos chegando à era da exclusão digital.

O avanço tecnológico iniciou-se por causa das guerras, porém devemos utilizá-la para servir e unir as pessoas. No campo da Internet, por exemplo, formata novos modelos de convivência; na cidade, no mundo e o universo. Por

meio dela as pessoas podem se encontrar coletivamente no virtual<sup>16</sup>. Hoje as Grandes narrativas religiosas, políticas, sociológicas, culturais, que nos garantiam estabilidade, segurança, identidade, disseminam-se. Vivem entre pequenas narrativas nos campos da sociedade, da cultura, do místico às místicas psicológicas.

As Instituições de ensino, no contexto da comunicação, preocuparão com o aluno na elaboração e na construção do conhecimento e aplicando na prática. A comunicação associada às mídias permitirá ao aluno e ao profissional de eventos, Relações Públicas - RP agregarem maior número de informações e se desenvolverem de acordo com o seu ritmo. Ensina-se o aluno a navegar, passear na internet virtualmente, na amplitude de informações permitindo-lhe aquisição e ampliação dos seus saberes. A nova comunicação estará baseada na filosofia, e na psicologia de onde tiraremos a crítica; onde buscaremos a criatividade e o que é transcendental no homem. Na tecnologia, onde os computadores terão os recursos para navegar nas informações. Na ciência, onde continuaremos ter o racional. Podemos até não concordar com Toffler, ao pensar que as três ondas da história sejam simplista, mas não podemos negar que muitas de suas afirmações são importantes para a compreensão do mundo atual.

*Com muito otimismo, Toffler afirma que a sociedade do futuro será:*

Uma grande escola com as pessoas todas interligadas de suas casas e das empresas num trabalho participativo que envolverá transformações gigantescas para toda a sociedade. A escola do próximo século deverá estar colorida e adaptada à cultura dos alunos. Deverá estar aberta às diferentes formas do conhecimento, revestida das novas tecnologias e do trabalho em grupo; assim pensamos que será uma escola para os alunos. (PADRE Gabriel, 2005, web)

Padre Geraldo afirma que nesse sentido percebemos que as escolas desconhecem as diversas transformações pelas quais passamos. Ainda nem aprendemos a realidade atual e já temos que conviver com uma nova tecnologia. Aqui no Brasil, quando uma nova tecnologia chega às salas de aula

---

<sup>16</sup> Virtual ambiente simulado pelo computador bem próximo à realidade.

já estão defasadas. O avanço tecnológico promete “milagres”. Quem pensaria em se comunicar, em tempo real, com uma pessoa do outro lado do mundo? Entretanto, percebemos que a tecnologia encanta, porem desafia e amedronta as pessoas. Há pessoas que ainda não utilizam o computador ou outra tecnologia porque tem “medo”. Como acompanhar esse avanço? As diversas tecnologias desafiam as instituições. Esta, por sua vez, pode aproveitá-las. Caso contrário poderá permanecer na era do fogo e não na era da informação.

“Na verdade, as realidades são outras e os sistemas de relações que elas presidem são nitidamente novos. A globalização ou internacionalização deixa de ser palavra para se tornar paradigma do conhecimento sistemático da economia, política, ciência, tecnologia, informação e espaço. (BASTOS, 1996, p. 2)

A comunicação e a tecnologia, em todos os níveis, têm que considerar esse novo paradigma emergente (MORAES, 1997) e passar a encarar os desafios que surgem, com a introdução em seu meio de uma tecnologia.

Os desafios situam-se na busca de novos conceitos e práticas que irão reformular as dimensões da tecnologia, do papel social do técnico inserido numa sociedade em mutação e do perfil de docentes e alunos que irão atuar num mundo tecnologicamente diferente. (BASTOS, 1996, p. 1)” . [www.utp.br](http://www.utp.br)

## **2.1.1 Modelos comunicativos**

### **2.1.1.1 Modelo teórico**

Teoria da informação de Shannon-Weaver fatores que agregam: E-M-R

- 1- Delta “T”, necessário para que a mensagem percorra o caminho entre o emissor e o receptor.
- 2- “C”, comportamento esperado que designa o objetivo e a influência do emissor sobre o receptor. (WOLF, 1992, p 33 ).
- 3- Inclusão do ruído, de acordo com as expectativas do emissor permite-se avaliar o grau de desvio através do comportamento do receptor.
- 4- Completa-se acrescentando o conceito de resposta- Feed –back<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Feed-back Interpretação individual.

Segundo Wolf este modelo pode ser compreendido:

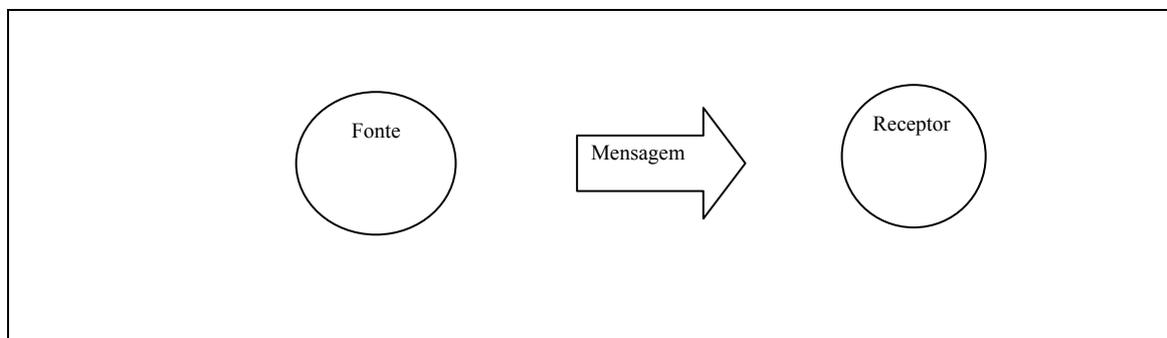
E----\*-----M-----\*-----Rc

- O emissor utiliza um canal, envia a mensagem ao receptor, objetivando um comportamento, que pode ou não se efetivar, gerando uma resposta. Essa seqüência determina o intervalo de tempo. Alterações provocadas no processo é ruído.
  - M - Mensagem
  - R - Receptor
  - C - Comportamento esperado do receptor
  - Seta simples indica o desvio de comportamento.
  - Seta Dupla; a resposta.
  - \*- Linha tracejada; o canal e os riscos, interferências da ação.
  
- O grau de variação da seta simples (cima, baixo) mede a leitura e a variação de efetividade do comportamento esperado.
  - ( C→ ) efetivação
  - ( C ↑ ) Desvio máximo do comportamento.
  
- O instrumento teórico analisa qualquer processo de comunicação.
 

Por ex: - A foto no jornal;

  - A carta enviada pelo correio;
  - As redes informatizadas;
  - Transmissão radiofônica, televisão;
  - O acesso de mão;
  - Discurso do orador;
  - A música a dança e todas as expressões comunicacionais são baseadas neste modelo.

(...) muito assemelhados às antigas descrições sobre retórica, dialética e argumentação que nos vieram sobretudo Platão, Aristóteles, os estóicos, Cícero e Quintiliano, e permanece, praticamente, o clássico esquema tricotômico da comunicação apresentado por Aristóteles. (MARQUES DE MELO, 1985, p 34 )



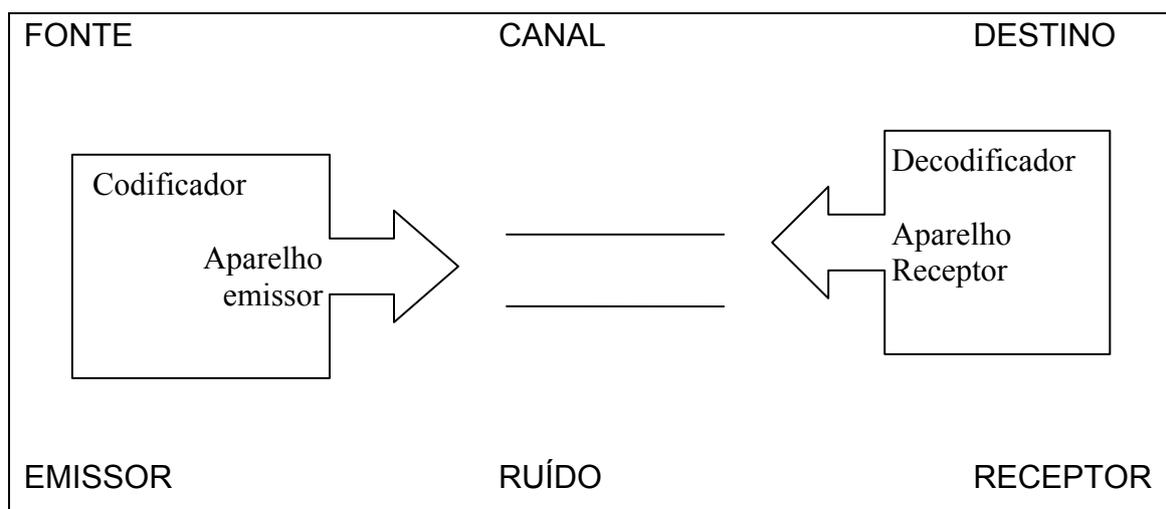
Elementos do processo comunicacional:

- 1- A pessoa Fala.
- 2- O discurso que é pronunciado.
- 3- A pessoa que escuta.

O Modelo de Shannon e Weaver foi baseado na teoria matemática da informação e se preocupa com os meios ou canais utilizados para adquirir o maior número de informação com o mínimo de ruídos. Os elementos básicos para esse processo comunicacional são:

(...) uma fonte de informação selecionada, de um conjunto de mensagens possíveis, uma mensagem; o transmissor converte a mensagem em sinais, de acordo com um código determinado, e esses sinais são transmitidos para o destinatário através de um canal adequado; o receptor, por sua vez, decodifica ou demodula os sinais recebidos, para recuperar a mensagem original. (MARQUES DE MELO, 1985, p 34).

Shannon e Weaver também conceitua ruído (tudo que interfere na transmissão dificultando a recepção da mensagem).



Na escola será eficiente, quanto maior for sua capacidade de explorar o processo de comunicação. Segundo Lasswell a comunicação se resume em “sete quês” (MARQUES DE MELO, 1985)

Quem (Emissor) → o Quê Diz? (Mensagem) → Em que canal? (Meio) → Para Quem? (Receptor) → Com que Efeito? (Feedback) → Com que intenções → Em que condições (como foi recebida a mensagem)

Esses modelos esquemáticos apresentados, dentre muitos, explicam a evolução dos processos comunicacionais vivenciados e apresentados por Aristóteles, Shannon e Weaver e Lasswell. Mudanças essas que se dão através da tecnologia.

### 2.1.2 Meios de Comunicação

A Instituição deixou de ser o único lugar do conhecimento. Hoje, tal lugar, passa pelos meios de comunicação como revistas, CD-ROM e outros. Vivemos numa cultura “audiovisual” onde se afirma gradativamente um novo modo de pensar. Se o conhecimento útil e prazeroso está cada vez mais fora da escola, esta então precisa usar de mecanismos como o autoritarismo e a

reserva de mercado através de diplomas, para se legitimar. Para nosso ver esse comportamento é extremamente grave.

No ano 2.000, nosso cotidiano está sendo influenciado pela cultura dos *bytes, Internet, cd room*. Não é de se estranhar que professores resistam a esta cultura tecnológica. Nesse caso, utilizamos as máquinas como mero instrumento para passar a informação. Enquanto educadores, como discutir a ética de ensinar se não temos o domínio da linguagem atual? Se não acompanhamos o desenvolvimento tecnológico?

Na evolução da história tecnológica, a comunicação, a educação do profissional de Relações Públicas a diversos autores trazem uma análise dos onde queremos demonstrar a importância da tecnologia e os meios de comunicação para todos. Enfatizando as escolas e a Internet que globalizou o mundo diminuindo as distâncias em uma das funções do profissional de Comunicação habilitação Relações públicas - RP.

### **2.1.3. Parceria dos meios: TV, vídeo e computador**

A televisão é o veículo de comunicação do Séc. XX que captura dois dos nossos sentidos mais evoluídos: a visão e a audição. Aliada aos satélites se tornou uma potência. Vende excitação diante das imagens, dos videoclipes, levando o expectador a um estado hipnótico. Isso é proporcionado constantemente pelas novelas e filmes. A TV e o rádio vendem, sonho, notícia, digerida e editada em “tempo real”. Leva lazer e emoções de baixo custo. Os veículos se impuseram pela excelência, pelo poder de comunicação e por estar disponível a todos. Isso poderia começar na escola, reivindicando programações inteligente, com ética e cultura através da comunicação.

A Televisão é considerada uma cultura de massa ou símbolo de um contexto maçante capitalista. O papel educativo da televisão precisa ser discutido. Isso pode acontecer na forma de debates, entrevistas, fóruns populares, programas culturais de forma interativa. Muita coisa ainda pode ser explorada na TV em benefício da comunicação. No entanto, a falta de

consciência de cidadania e da população aliada ao interesse da elite econômica, faz com que a televisão deixe de explorar o lado bom. É certo que alguma coisa já está sendo feita.

A TV, hoje, é o meio de onde as crianças recebem a maioria dos seus referenciais de mundo. Segundo o professor Edgar Morran "a televisão nos "toca", nos atinge, na relação imagem, palavra, música, afetividade, desperta emoções imediatas, que orientam a compreensão da realidade no nível analógico e conceitual".

Outro modelo sobre a televisão é abordado por Machado de acordo estudos realizados por Marshal McLuhan, autor que representa uma forma nova de pensamento a respeito da comunicação. No livro, "Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem", publicado em 1964 McLuhan, demonstram poucos estudos sobre o impacto da tecnologia no processo de comunicação. O tema pode ser corriqueiro nos dias atuais, mas há quatro décadas essa concepção foi considerada inovadora.

A partir de MacLuhan, na década de 60, estuda-se não apenas a comunicação social, mas o impacto das tecnologias dos *mass media* sobre a sociedade. O autor explica a evolução da sociedade através dos veículos de massa. Da mesma forma como Marx explica o conflito entre as classes a partir dos fatores econômicos e propõe que as novas tecnologias como a extensão do homem, assim como a roda é extensão dos nossos pés e a roupa da pele.

A tendência é a junção dos diversos meios distintos. O computador se junta à televisão buscando eficiência. Somado com o telefone o computador é o mais poderoso na rede de comunicação. Por meio da Internet, a tecnologia, possibilita que as pessoas do mundo se liguem e se comuniquem encurtando a distância.

## CAPÍTULO III

### Os profissionais de Relações Públicas e suas múltiplas funções

O elemento legitimador de utilização de resultados no ambiente profissional está relacionado com as Relações Públicas - RP lida com diferentes públicos dessa instituição. (objetivos e finalidades diferentes).

Cabe ao RP:

(...) selecionar e adaptar recursos tecnológicos que possam ampliar o grau de efetivação dos processos comunicacionais. ( DIZARD, 2000 p.141).

### 3. Proposta didática

Pesquisa realizada no curso de graduação em Relações Públicas oferecido no Estado de São Paulo (1999/2000).

- Investigou 10 dos 19 cursos.
- 06 incluíam disciplina sobre tecnologia e comunicação.
- 03 tratavam o tema teoricamente, 01 ampliava sociologicamente.
- 07 estruturaram a disciplina enquanto ensino de técnica / tecnologias específica, sobretudo informática.

Concluí-se que a disciplina tecnologia ou novas tecnologias, na maioria dos casos, concentra-se: Informática, Web, software e outros.

Com isso, muitas das vezes, o profissional de RP não fica preparado para o mercado. Deve desenvolver e aplicar processos de comunicação voltados para públicos, circunstâncias e, sobretudo objetivos.

Podendo tornar um problema futuro. Os elementos, na graduação, devem desenvolver no aluno o gênero de conhecimento e capacidade operacional.

Essa proposta pressupõe o estudo dos elementos essenciais da comunicação trata-se de capacitar o aluno para a solução de problemas de comunicação, com os quais, vai defrontar no mercado.

O conhecimento teórico e prático da comunicação e tecnologia, não significa abandonar os enfoques teóricos da questão em especial as de caráter sociológico.

Por outro lado o mercado mostra que já estão ocorrendo mudanças no perfil do RP.

Atualmente é fundamental que o profissional tenha capacidade estratégica como qualidade e qualificações.

O profissional RP meramente “especifista” aplicador de recursos está em segundo plano.

A inclusão do “Staff” representa tendências cada vez mais freqüentes no meio empresarial e são exigidos pelo mercado.

A transformação tecnológica analisada em diferentes atividades humana cresce em velocidade e radicalização.

Graças ao desenvolvimento e á aplicações de tecnologia, profissões desapareceram enquanto outras se espalharam rapidamente. A tecnologia permeia todas as profissões.

### **3.1. Conseqüências**

A velocidade de transformação é preocupante. As Tecnologias utilizadas na graduação estão desaparecendo do mercado rapidamente, sendo substituídas por mais novas. Pois, outras mais atuais demoram a chegar às instituições.

A proposta da comunicação de resultado como alternativa ao ensino de novas tecnologias em comunicação procura superar a defasagem tirando o estudo de tecnologias específicas, busca as leis básicas que atuam em qualquer processo comunicacional, descartando, por definições, sua circunscrição as fases de transformações ou tecnologias específicas, ou seja, apresentam as transformações agilidade, personalização, amplitude e fidelidade que completam o processo.

Prosseguindo nosso trabalho mostraremos enfoques alternativos, práticos nas funções profissionais da comunicação - Relações Públicas e a aplicabilidade da comunicação e tecnologia na realização de eventos.

### **3.1.1 O profissional de Relações Públicas**

A virada do milênio registrou transformações no ensino de Relações Públicas. As instituições estão remodelando os currículos e grades, mudando o perfil do curso. Parte dessa mudança está sendo determinada pelo governo federal na trilha da lei de diretrizes e bases (LDB). As instituições estão adequando os cursos às novas realidades do mercado e às leis expectativas dos futuros profissionais.

Acompanhar o desenvolvimento tecnológico na área da computação é uma das tarefas que as instituições devem se preocupar. Não que tenha que dominar tudo e se interessar por tudo, mas ter o conhecimento e o domínio necessário para poder escolher o que é útil para as atividades de eventos. Para que isso ocorra, é importante que a instituição / empresa propicie um ambiente de estudo freqüente e formação continuada dos profissionais - RP.

### **3.2. As múltiplas funções**

O profissional de nível superior, Relações Públicas, possui competências para empresa / instituição de;

- Definir os objetivos da comunicação interna e externa e de identificar e definir públicos-alvos.

- Mensurar resultados da política de comunicação desenvolvida. Criar e editar publicações internas para colaboradores (jornais; informativos; murais; manuais) e externas para clientes ou consumidores.

- Gerenciar a comunicação em situações de crise.

- Planejar e organizar pequenos, médios ou grandes eventos como recepções, palestras, cursos, apresentações, congressos, feiras, workshops e seminários. Desenvolver Manual de Procedimentos para relações com a imprensa. Organizar entrevistas coletivas e individuais. Acompanhar e analisar os noticiários local, nacional e internacional matérias de interesse próprio ou coletivo.

O profissional RP passa a ser um coordenador, moderador, facilitador em busca das atividades que acontecem simultaneamente durante o planejamento e execução de eventos. Há uma nova relação temporal e espacial, permitindo menos sacrifício e mais flexibilidade. Alunos e profissionais RP podem, mediante a tecnologia, equacionar melhor o tempo. A Internet fará

com que a pessoa dependa menos do outro. Caberá incorporar o real significado dessas informações aplicando ao evento em questão, trabalho e na vida.

Edward L. Bernays 1995, investigador da profissão de Relações Públicas há mais de 100 anos já dizia: “o que diferencia as relações públicas do mundo dos negócios de outras relações sociais é o atendimento”. Sendo ele no escritório, em casa ou em sala de aula deve haver um planejamento estratégico na comunicação organizacional ambiental interna e externa capaz de indicar oportunidades e ameaças no mundo dos negócios, políticos e social.

Margarida M. Krohling Kunsch, assessora da Coordenadoria de Comunicação Social da Universidade de São Paulo, concorda com Edward L. Bernays. Afirma que é:

(...) a partir do mapeamento desse estudo do ambiente é que uma organização poderá reavaliar a situação e definir a missão, redefinir negócio, elaborar filosofias e políticas, traçar objetivos, formular macro-estratégias, metas e planos emergenciais, elaborar o orçamento e implantar as ações. (KUNSCH, 2.002 p.28.)

Já, Philiy Lesly (1995), em Fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação situa a função como uma amplitude que se torna ausente à especificação do termo Relações Públicas. Ele afirma que o profissional assume o termo “guarda-chuva” por assumir várias funções. E possui oito fases que influenciam a relação das pessoas com instituições. São elas:

- 1- Analisar o clima geral de atitudes e a relação da organização com o seu universo;
- 2- Determinar a atitude de qualquer grupo em relação à organização;
- 3- Analisar o estado das opiniões;
- 4- Antecipar problemas potenciais, necessidades e oportunidades;
- 5- Formular políticas;
- 6- Planejar os meios de melhorar a atitude de um grupo;
- 7- Executar as atividades planejadas;
- 8- Respostas, avaliações e ajustes.

Em 1984 James E. Grunig juntamente com Toldd Hunt elaborou quatro modelos para estruturar e caracterizar a prática de Relações Públicas.

Segue quadro demonstrativo:

### Quatro Modelos de Relações Públicas (Grunig e Hunt)

Característica	De imprensa / propaganda	De informação Pública	Assimétrico de duas mãos	Simétrico de duas mãos
Objetivo	Publicidade	Disseminação da informação	Persuasão científica	Compreensão mútua
Natureza da Comunicação	Mão única; Verdade completa não é essencial	Mão única; A verdade é importante	Duas mãos; Efeitos desequilibrados	Duas mãos; Efeitos equilibrados
Modelo de Comunicação	Fonte ⇒ Receptor	Fonte ⇒ Receptor	Fonte ⇒ Receptor Feedback ←	Grupo ↔ Grupo
Natureza da pesquisa	Pouca; Porta-a-porta	Pouca; Alta legibilidade Público: leitores	Formativa; Avaliadora de atitude	Formativa; Avaliadora de compreensão
Figuras Principais	Baum	Ivy Lee	Bemays	Bemays; Educadores; Líderes; Profissionais
Onde é aplicada atualmente	Esportes; Teatro; Produto; Promoção	Governo; Entidades não-lucrativas; Negócios	Organizações competitivas; Agências	Organizações; Agências

Fonte: GRUNIG, James E. & Hunt, Todd. Managing public relations. New York, Rinehart & Winston, 1984, p.22.

Em 1984 James E. Grunig juntamente com Todd Hunt elaborou quatro modelos para estruturar e caracterizar a prática de Relações Públicas. As Relações Públicas devem possuir as seguintes características: De imprensa / propaganda; De informação Pública; Assimétrico de duas mãos e o Simétrico de duas mãos.

Segundo Fábio França e Sidneia Gomes Freitas, 1997 as Relações Públicas cuida da programação, orienta projetos de ações que buscam a necessidade de empresa-cliente, descrição geral de programa, objetivo, justificativa, público-alvo, estratégia, fatores condicionantes, recursos humanos, materiais, controle, estimativa de custos, cronograma de execução e avaliação. Estabelece programas de Check-list para realização de eventos distribuindo responsabilidades. E realiza programas de comunicação aproximando cliente-empresa.

Ivi L. Lee lançou o slogan “O público deve ser informado.” (1996 p.77). Porém, para a psicologia social, “As relações Públicas consistem em proporcionar ao grupo informações sobre um subgrupo”. (Augras - 1970).

Além de todas as funções citadas o profissional de Relações Públicas realiza eventos sociais, empresariais e governamentais.

O papel da comunicação está no âmbito de facilitar e cooperar com a credibilidade e o comprometimento de valores das pessoas e organizações. Para os autores Chappel, R. T. Read, 1973 – Pacanowsky e O’Donnell – Trujillo 1990 o comportamento comunicativo em qualquer organização investigada define sua cultura. A comunicação obtém resultados eficazes na organização.

As Relações Públicas, com a comunicação global, visa a missão e ao negócio da organização utiliza o planejamento estratégico (público externo e interno) através do Manual de Qualidade de Comunicação que será sempre planejado, dirigido e avaliado. E uma das muitas funções das Relações Públicas, as que mais se destacam no contexto de eventos são: planejar, coordenar e realizar eventos.

Apesar de tantas funções que o profissional exerce ainda não há reconhecimento em suas técnicas e práticas. As técnicas empresariais das Relações Públicas cresceram e se desenvolveram formando um novo setor a comunicação empresarial, organizacional ou institucional. Setor esse que emprega profissionais de comunicação social e áreas afins; marketing, design, internet, computação gráfica, informática e outras. Porém, na ditadura militar nos anos 60 e 70 fez com que o preconceito criasse uma imagem negativa da profissão.

Os conselhos (Conrerp – Conselho Regional de Relações Públicas, Albey e outros), estão pressionando instituições de ensino para a aplicação das mudanças, com isso, capacitar novos profissionais das Relações Públicas.

De acordo com a pesquisa aplicada em ex-alunos e alunos da Instituição Newton Paiva a tecnologia é um fator muito valorizado e importante, pois ambos defendem que a instituição sempre buscou e busca acompanhar o mercado oferecendo equipamentos desenvolvidos. Isso faz com que o aluno fique atualizado de acordo com o avanço tecnológico.

Pelo fato de nossa pesquisa se concentrar na Instituição Newton Paiva vamos conhecer um pouco da sua história. Principalmente, no que diz respeito à Faculdade de Comunicação Social e em especial a profissão Relações Públicas.

## CAPÍTULO IV

### Cerimonial, Protocolo e Eventos

Para realizar eventos é preciso definir o que é cerimonial, protocolo e eventos. Já que a tecnologia já foi explicada.

#### 4.1- Cerimonial , Protocolo e etiqueta

O Cerimonial é uma linguagem de comunicação dirigida a grupos distintos, passível de mudanças e atualizações através das culturas e costumes dos povos.

Trata-se de um conjunto de normas estabelecidas com a finalidade de ordenar corretamente o desenvolvimento de qualquer ato solene ou comemoração pública que necessite de formação, ou seja; procedimentos como disciplina, hierarquia, ordem, elegância, respeito, bom senso e simplicidade nas realizações de atos, público ou não.

Divide-se em Cerimonial público, de Corte, Diplomático e Chancelaria ou protocolo.

- a) **Cerimonial Público** → Refere-se aos serviços de protocolo da Presidência, Ministérios das Relações Exteriores, Civil e Militar; aos quais são regidas pelas normas do Cerimonial Público no decreto 70.274 de 09 de março de 1972. A ordem de precedência possui três categorias; a de caráter federal, nos Estados da União e a estadual. Podemos, também estabelecer a hierarquia através de idade, considerando o tempo de Diplomação, cargo, função, data de constituição e criação, ordem alfabética, interesses políticos e

empresariais, e principalmente o bom senso (velho, senhoras e crianças).

- b) **Cerimonial de Corte** → Prevê regras restritas para cada circunstância. Era o cerimonial mais nobre, porém a pós a revolução industrial as cortes passaram a ser menos formais.
- c) **Cerimonial Diplomático** → É uma linguagem vigente entre todos os países. Constitui-se em síntese o uso, costume, tradição, leis e normas internacionais.
- d) **Cerimonial de Chancelaria ou protocolo** → Possui uma carga de estilo, de formalismo e de requinte convencional aos atos simples da vida humana. Como por exemplo, a obediência entre os súditos e soberanos. Surgiu no renascimento, século XV, até os dias de hoje compreendendo as funções comunitárias importantes.

#### 4.1.1. Origem do cerimonial

Segundo a UNB nos estudos da história as civilizações antigas, observa-se que o cerimonial já era regulamentado e praticado rigidamente pelos povos, de acordo com os hábitos e costumes de cada época. Chineses, romanos e franceses praticavam grandes rituais em comemorações como bodas, torneios de arqueiros, maioridade de jovens, funerais e banquetes, entre outros.

Os chineses, no século XII a. C., escreveram três obras que é o primeiro registro sistematizado de regras de cerimonial. Essas regras traduziam um sentimento ético, o respeito mútuo, a dignidade, a obediência às leis e costumes, para que a sociedade se desenvolvesse em harmonia. Por meio

dessas obras é possível compreender muitos aspectos da cultura chinesa e verificar as contribuições trazidas para a cultura ocidental.

De outro lado, tanto os gregos como os romanos nos trouxeram inúmeros costumes cerimoniais, aos quais encontram suas origens na civilização egípcia. Entretanto, foi na Idade Média que o cerimonial ganhou destaque nas cortes feudais da Itália, Espanha, França e Austrália. Os austríacos elaboraram várias normas com refinados rituais para seus reis. Rituais que começaram a ser difundidos e consagrados na maioria das cortes européias, sendo aprimorados mais tarde, nos séculos XV e XVII.

A palavra cerimonial vem do latim *caerimoniale* e refere-se às cerimônias religiosas. Desde a Antiguidade, há regras de cerimonial consuetudinárias nas organizações tribais. As cortes fixaram-na em padrões rígidos. [www.unb.br/cerimonial.phd](http://www.unb.br/cerimonial.phd)

As relações entre os estados soberanos, desde o seu advento até hoje, os serviços diplomáticos obedeceram a regras restritas, válidas não só para os hierárquicos do próprio Estado, mas, sobretudo, para as visitas de chefes de Estado, do Governo ou autoridades civis e militares estrangeiras.

A tendência atual é pela simplificação baseado na Lei do Cerimonial público de número 70.274 de 09 de março de 1972. Muitas regras caíram em desuso, outras são simplesmente ignoradas devido à massificação dos costumes e do consumo.

Segundo Freitas, o cerimonial privado inclui as normas consuetudinárias (fundada nos costumes) vigentes na sociedade e nas normas observadas nos serviços de Relações Públicas que muitas vezes desempenham atividade de cerimonial.

O Cerimonial é a seqüência de acontecimentos que resultam em um evento. Surgiu na França, na época de Louis XIV, onde sugeriu a etiqueta e o protocolo nas cortes. (FREITAS, 2001)

A Etiqueta trata-se de um conjunto de regras e de boas maneiras que resultam no comportamento das pessoas. Surge então a disputa de “poder”, quem vem primeiro?

O protocolo codifica as regras regendo o cerimonial e seu objetivo é dar aos presentes as prerrogativas, privilégios e imunidade a que se tem de direito.

O Cerimonial, protocolo e etiquetas estão enraizados ou privados, dando-lhe corpo, mente e essência.

**a) Etiqueta e filosofia:** A etiqueta é um capítulo da ética;

- Ética é a ciência das normas que regulam a conduta humana;
- Ética em filosofia, define/cria juízos de valor, baseado na razão;
- A etiqueta regulamenta as relações do ser humano na sociedade.

**b) Etiqueta social:** A etiqueta social está além dos talheres postos à mesa, ou de uma postura ereta do corpo. A etiqueta é o que sustenta o respeito, a dignidade e a valorização de um indivíduo que vive e é reconhecido socialmente.

Nas relações sociais: a etiqueta é a “arte de viver harmoniosamente com o grupo a que pertencemos ou que conhecemos”.

Existem várias maneiras pelas quais o homem aprende a se relacionar:

- Pela submissão → Experimenta a identidade por intermédio de alguém mais forte;

- Pelo poder → Tenta introduzir as pessoas a se submeterem às suas razões;
- Pelo amor → Duas pessoas se fundem em uma continuando sendo duas, na cumplicidade, amizade, integridade e na busca do relacionamento.

#### A base da etiqueta social :

- Respeito para consigo e com o próximo;
- Limite entre o certo e o errado;
- O que pode e o que não pode;
- A ponderação, a delicadeza, a forma correta de se expressar verbalmente.

Educação social é ter etiqueta é ser lapidado não somente nos seus gestos, no seu falar, no seu caminhar, mas principalmente no seu caráter como pessoa, como ser humano.

O saber socialmente falando, nunca é demais. Saber se comportar, saber, Ter e dar limites, saber impor as regras necessárias a uma sociedade, começando pela própria família, é o dever de cada um.

c) **Etiqueta profissional:** nas relações profissionais: a etiqueta auxilia no desempenho com elegância, de funções/papéis a que estamos submetidos.

#### A base da etiqueta profissional:

- regra, estilo;
- formas cerimoniais usadas entre as pessoas;
- cerimonial usado nas cortes ou nas residências de chefes de estado;

- normas fixadas de conduta que permitem a organização da sociedade, do respeito do ser humano por si mesmo e pelo grupo.

#### **d) A etiqueta e a comunicação:**

Na vida particular exerce grande influência nas relações que estabelecemos com outras pessoas.

Na vida profissional o desempenho depende em grande parte da qualidade das informações que dispomos e da capacidade de utilizá-las corretamente.

#### **e) A etiqueta é comunicação?**

Podemos, com certeza, afirmar que a etiqueta é uma forma de comunicação e, se soubermos quais são os princípios básicos da etiqueta, teremos maior facilidade para nos comunicarmos, inclusive com estrangeiros / povos de costumes diferentes dos nossos.

#### **f) A etiqueta facilita a comunicação entre as pessoas**

A base da etiqueta na comunicação:

- Cuidado com o conteúdo;
- Verificar quem está falando / ouvindo;
- Ouvir antes de responder;
- Conhecer o ambiente;
- Ser objetivo ao emitir uma mensagem;
- Escolher o canal de transmissão.

#### 4.1.2. Funções do cerimonial: Segundo, Augusto Estellita Lins (1985)

- a) **Função ritual** – além das precedências, os gestos e preceitos, honrarias e privilégios, símbolos do poder.
- b) **Função semiológica** – linguagem formal, internacional e diplomática, tratamento e fórmulas de cortesia, redação e expressão oficial e diplomática.
- c) **Função Legislativa** – condição das regras e preceitos em normas de protocolo e cerimonial, nos planos internos e externos.
- d) **Função gratuita** – hedonismo, frivolidade, festividade, atividade lúdica que pode chegar à disfunção e descaracterizar a etiqueta.
- e) **Função pedagógica** – Aprender e ensinar a aprender.

##### 4.1.2.1. Mestre de cerimoniais:

É o condutor do evento. Anuncia o roteiro traçado pelo chefe do Cerimonial, com boa postura de voz. Sua função é ordenar e orientar a cerimônia. Em determinados tipos de solenidades é comum usar casal tornando a cerimônia mais atraente.

##### 4.1.3. Ordem geral de precedencia:

A organização pública, no Brasil, a precedência<sup>18</sup> é regulada pelo decreto de número 70.274 de 09 de Março de 1972, alterado pelo Decreto

---

<sup>18</sup> Precedências Qualidade de preceder, primazia.

número 83.186 de 19/02/1979 que apresenta Três ordens na Precedência nas cerimônias oficiais: Que é forma mais serimoniosa de se realizar um evento.

- De caráter Federal, na Capital da República;
- Nos Estados da União, com presença de autoridades federais;
- De caráter estadual.

Art. 1º O Presidente da República presidirá sempre a cerimônia a que comparecer.

Parágrafo Único- Os antigos Chefes de Estado passarão logo após o Presente do Supremo Tribunal Federal, desde que não exerçam função pública. Neste caso, a sua precedência será determinada pela função que estiverem exercendo.

Art. 2º Não comparecendo o Presidente da República, o vice-Presidente presidirá a cerimônia.

Parágrafo único- Os antigos Vice-Presidentes da República passarão logo após os antigos Chefes de Estado, com ressalva prevista no parágrafo único do art. 1º.

Art. 3º Os ministros de Estado presidirão as solenidades promovidas pelos respectivos Ministérios.

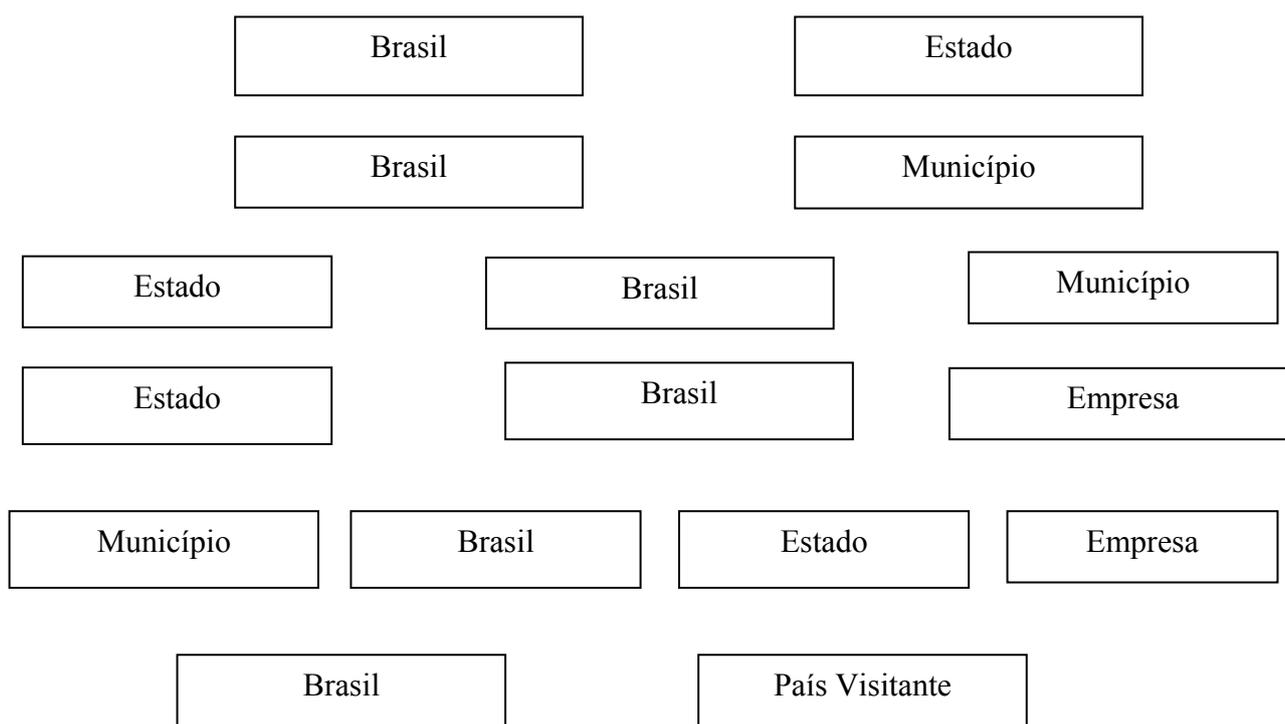
Art. 4º A precedência entre os Ministros de Estado, mesmo que inteiros será determinada pelo critério histórico de criação do respectivo Ministério seguindo a seguinte ordem: Justiça, Marinha, Exército, Relações Exteriores, Fazenda, Transportes, Agricultura, Educação e Cultura, Trabalho e previdênciasocial, Aeronáutica, Saúde, Indústria e Comércio, Minas e Energia, planejamento e coordenação Geral, Interior e Comunicações.

#### 4.1.4. Preparação de cerimônia Oficial

Os Símbolos nacionais de acordo com o decreto 5.700, de 01 de Setembro de 1971 a Bandeira Nacional, Hino Nacional, As Armas Nacionais e o Selo Nacional.

Bandeiras → Podem ser usadas em todas as manifestações do sentido patriótico dos brasileiros em caráter oficial ou particular. Sua posição em uma cerimônia ocupa um lugar de honra. Central ou próximo do centro. Destacada à frente de outras bandeiras. À direita da tribuna, mesas ou trabalhos. Quando utilizada com bandeiras de outros estados sua ordem de colocação é determinada pela função dos mesmos. Quando forem utilizadas com bandeiras estrangeiras suas ordens serão, à direita e à esquerda, determinado pela ordem alfabética dos países. Se exposta com número ímpar de bandeiras, ocupará o centro e as demais à direita, depois à esquerda e assim por diante. Se utilizada em número par, ocupará o centro - direita, dividindo o centro com a segunda bandeira na ordem de importância e assim por sucessivamente.

- Disposições das Bandeiras:



A ordem dos Estados obedecem a precedência dos Governadores de acordo com a ordem de constituição e criação do Estado que representa e é estabelecido pela lei 8.490 de 19/11/92, artigo 8 : Bahia, Rio de Janeiro, Maranhão, Pará, Pernambuco, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Ceará, Paraíba, Espírito Santo, Piauí, Rio Grande do Norte, Santa Catarina, Alagoas, Sergipe, Amazonas, Paraná, Acre, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Tocantins, Amapá, Roraima, Distrito Federal.

A realização de evento não se dissemina de cerimonial, protocolo, etiqueta na aplicação de eventos.

O que fazer para realizar um evento?

Para se realizar eventos é preciso saber: O Que? Quem? Quando? Onde? Como? E Por quê?

De acordo com Laswell essas perguntas devem ser respondidas com veemência para que se consiga organizar e planejar perfeitamente o projeto de evento.

Primeiramente analisaremos o que vamos realizar? Que tipo de evento? O que fazer?

Maria Íris Teixeira, 2001 em Cerimonial e Etiqueta: ritual das recepções esclarece que nesta fase devemos estudar o cliente como um todo. Pois é no primeiro contado que devemos saber o que o cliente deseja.

Em segunda instância veremos Quem? Quem vai organizar?

Fábio França e Sidineia G. Freitas, 1997 em Manual de qualidade em projetos de Comunicação, abordam a qualidade de qual profissional está apto para realização de tal projeto. Para isso deve-se definir quem vai realizar

observando a formação adequada em dois quesitos básicos; competência e qualidade de trabalho.

O profissional de eventos deve ser uma pessoa versátil e que tenha um conhecimento diverso e amplo para que consiga atender aos vários tipos de públicos.

A atividade de eventos vem ganhando importância no cenário atual como parte integrante do marketing promocional das organizações. O evento tornou-se uma ferramenta eficiente e ao mesmo tempo econômica utilizada como diferencial no marketing de relacionamento, venda e lançamento de novos produtos. No contexto, onde os eventos emergiam como estratégia diferenciada de comunicação buscando uma qualidade nos serviços.

Essa demanda amplia a necessidade de profissionais cada vez mais capacitados a se relacionarem com o meio empresarial oferecendo o serviço adequado às necessidades do cliente. Sendo assim, o evento tornou-se uma peça fundamental para a formação da imagem institucional. O setor de eventos, também, está ganhando espaço na esfera pública.

Segundo, Elizabeth Pazito Brandão 2001 em Desafio das Relações Públicas no Brasil em Discursos, Práticas e tendências, o profissional de comunicação social, assim como outras áreas, veio crescendo nos últimos dias.

Crescimento este resultante de vários fatores, como:

"sobretudo", econômicos, como a estabilização da economia do país, entrada de novas empresas estrangeiras e as privatizações das estatais, fatores que contribuíram para acirrar a competitividade de um mercado. (BRANDÃO, 2001, p.37).

Outro fator, para o crescimento foi a redemocratização política do Brasil nos anos 80 a retomada da cidadania, os direitos básicos (político e liberdades pessoais) e inclusão da participação na vida social do país.

O grande crescimento das Relações Públicas e dos gestores de eventos atingiu o âmbito empresarial e político que ficou conhecido como comunicação empresarial, organizacional ou institucional. Evento este, que busca satisfazer às necessidades de cada empresa. Cada evento é um projeto específico.

Quando? Quem vai nos responder a esta pergunta é o profissional que está elaborando e quem vai colocar em prática o projeto. Ou seja, o responsável pela empresa ou o profissional que está estruturando este projeto de evento. Porém, a empresa contratada poderá ajudar ao cliente, pois vai ajudá-lo a escolher as possíveis datas favoráveis para a realização do evento de acordo com o seu público alvo. Não se deve esquecer do horário do evento quando atender às diferentes fusos e calendário de feriado.

Onde? O profissional de eventos vai escolher o local de acordo com o perfil do cliente, de acordo com o tipo de evento e principalmente conforme o público e sua quantidade. Com a utilização do computador é possível fazer um croqui de cada local. E de acordo com estes mapas o cliente poderá escolher qual será o local ideal para seu evento.

Como? O contratado irá oferecer as várias formas de execução ao cliente. Esta é passada através dos meios de comunicação e tecnologia. Segundo, Michel Ertozos, chefe do laboratório de ciências da computação em massachusetts (MIT).

Essa combinação inexorável de capacidades transformou uma tênue promessa de sinergia num potencial imenso e real... esses dois gigantes, os computadores e as redes, podem fundir-se para formar uma infra-estrutura ainda mais promissora do que as tecnologias individuais. (Dizard 2002, p.56).

Embora quase todas as grandes salas de eventos estejam equipadas com equipamentos tecnológicos, computador e outros sempre devem estar atentos se estão em perfeito estado para utilização. Um profissional de ponta deve sempre se apoiar em projetor multimídia para explicar o projeto a ser executado.

E por quê? Esta pergunta deve ser muito bem respondida, pois vai delimitar o objetivo que o cliente deseja alcançar com a realização deste projeto - O evento. O cliente sempre tem o porquê para se realizar um evento. Seja ele com visão de marketing para divulgar a empresa ou produto, ou simplesmente social.

Evidencia-se a importância na utilização dos meios de comunicação e a tecnologia no processo de desenvolvimento na produção de marketing, venda de serviço e na satisfação do consumidor. Observando as tendências de mercado em uma sociedade de serviços abrangendo a informatização, desenvolvendo novas tecnologias para realização de cada evento.

Visto que as organizações e profissionais de eventos estão passando por transformações contínuas. De modo que as relações públicas e os gestores de eventos estão cada vez mais preparados nesse mercado em constante mutação e às novas exigências na formação profissional. Exigências essas que a demanda dos clientes vêm buscando na qualificação do responsável pelo evento a ser contratado.

## CAPÍTULO V

### A Instituição Newton Paiva Ferreira

O Instituto Cultural Newton Paiva das Faculdades Integradas Newton Paiva está dividida em cinco campi; Campus Carlos Luz, Campus Pós Graduação, Campus Prado, Campus Silva Lobo e Campus Administrativo. Estão situados em vários lugares em Belo Horizonte, são eles:

Campus	Unidade	Endereço
Carlos Luz	Excelência 2000	Rua: Brás Baltazar, 123 – Caiçara
	Agencia NP4	Rua: Catumbi, 546 – Caiçara
	Unidade 800	Av.: Presidente Carlos Luz, 800 – Caiçara
	Unidade Jucelino Kubitschek	Av.: Presidente Carlos Luz, 220 – Caiçara
	Unidade Tiradentes	Av.: Presidente Carlos Luz, 650 – Caiçara
Pós Graduação	Unidade Oscar Niemeyer	Rua: Gonçalves Dias, 151 – Funcionários
Prado	Unidade Prado	Av.: Do Contorno, 9.384 – Prado
Silva Lobo	Unidade Silva Lobo	Av.: Silva Lobo, 1730 – Nova Granada
	Unidade de Saúde Dr. Navantino Alves de Souza	Av.: Silva Lobo, 1718 – Nova Granada
	Unidade Marechal Foch	Rua: Marechal Foch, 15 – Nova Granada
Centro Administrativo	Unidade Centro Administrativo	Rua: Goitacazes, 1.762 – Barro Preto
	Unidade Educação Corporativa	Rua: Goitacazes, 1.777 – Barro Preto

O Campus que está situado o curso de Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas é a unidade Carlos Luz unidade 800. E em seu

entorno encontram-se as agências concentradas no NP4 (Relações Públicas, Publicidade, Propaganda, Marketing e Jornalismo).

A Faculdade tem como missão oferecer por meios legítimos, condições que favoreçam a transmissão, o desenvolvimento e a aplicação de conhecimentos filosóficos, científicos, técnicos e artísticos, respondendo às exigências do meio em que se situa e como agente de mudanças.

Em mais de três décadas de atividades no Ensino Superior, o Centro Universitário Newton Paiva teve suas atividades no setor editorial marcadas pela qualidade e pelo cuidado que receberam as diversas publicações lançadas em diferentes áreas.

Algumas publicações desse período merecem destaque e são aqui relacionadas em ordem cronológica de lançamento:

- **1974**  
- Revista Multidisciplinar
  - **1985**  
- Revista de Psicologia
  - **1993**  
- Oikos - Boletim de Análise de Conjuntura  
- Revista Vanguarda Econômica  
- Caderno de Filosofia e Ciências Humanas  
- Psique (relançamento da Revista de Psicologia)
  - **1997**  
- Revista Matnews
  - **2000**  
- DEMEX-MG - Demonstrativo Setorial das Exportações no Estado de Minas Gerais.
- Lácio - Revista de Letras.
- DEMIM-MG - Demonstrativo Setorial de Importações do Estado de Minas Gerais

O Corpo diretivo é composto por: Reitor, Vice-reitor, pró-reitores, diretores de faculdades, secretário-geral. Veremos um pouco das experiências de cada um, funções e suas atribuições. Para evidenciar qual perfil do corpo diretivo optamos por trazer uma breve descrição de sua formação e das atividades realizadas na Instituição.

Para evidenciar o perfil desse corpo diretivo optamos por trazer todas as especificações de cada profissional.

### **5.1. Newton de Paiva Ferreira Filho**

Reitor do Centro Universitário Newton Paiva e vice-presidente de sua Entidade Mantenedora, o Instituto Cultural Newton Paiva Ferreira Ltda, economista (UFMG 1966), professor, jornalista e fazendeiro atuante na cidade de Pimenta e Belo Horizonte. É presidente da Associação dos Criadores de Gado Holandês de Minas Gerais e do Conselho Superior da Câmara do Comércio e Indústria Brasil - China. Possui especializações nas áreas de Gestão Universitária, Gestão de Recursos Humanos e Gestão em Organização e Métodos cursado na UFRJ, FGV e Universidade São Marcos. Foi diretor presidente da CEASA/MG e Secretário Municipal de Educação de Belo Horizonte. Participou do desenvolvimento da idéia da reforma tributária por meio do Imposto Único e promove, desde o início de 1990, a divulgação deste imposto eletrônico, como solução para os problemas brasileiros.

### **5.2. Paulo Newton de Paiva Ferreira**

Atualmente é presidente do Instituto Cultural Newton Paiva Ferreira Ltda e vice - reitor do Centro Universitário Newton Paiva, graduado em Engenharia Civil pela Universidade Federal de Minas Gerais em 1968, possui especialização em Estrutura e Funcionamento do Ensino Superior (Faculdade de Educação na Universidade Federal do Rio Janeiro) e cumpriu o ciclo de estudos da Associação dos Diplomados da Escola Superior de Guerra - ADESG/MG. Também fez aperfeiçoamento em Desenvolvimento Brasileiro; Contabilidade de Custos (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro), Técnicas de Organizações e Métodos (PUC – IAGI), Administração Financeira (FACEC/UFMG) e Técnicas Avançadas de Gerência (ICNPF). Ocupa as diretorias da Newton Paiva Empreendimentos Rurais Ltda, é presidente da Câmara de Centros Universitários da Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior – ABMES e vice - presidente da Fundação Nacional de Desenvolvimento do Ensino Superior – FUNADESP, faz parte da diretoria da Universidade Virtual Brasileira – UVB.

### **5.3. Angela Maria Prata Pace de Assis**

Pró-reitora Acadêmica do Centro Universitário Newton Paiva desde maio de 2003 e ocupa outros cargos importantes. Vice-presidente da Associação Comercial de Minas - ACMinas; (a partir de 1993), vice-presidente do Capítulo Internacional do Fórum de Mulheres do Mercosul (a partir de 1995), diretora do PHD - Pace Hospital Ltda (a partir de 1995), membro do Conselho Consultivo da Associação de Promoção Humana Divina Providência (a partir de março de 2002), membro do Conselho Curador da Universidade Federal de Minas Gerais (a partir de 1º de julho de 2003) e membro benfeitor da Fundação Educacional Lucas Machado – FELUMA (a partir de 26 de abril de 2004). É professora, advogada e empresária. Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Minas Gerais e em Letras pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Especialista em Técnicas de Redação (PUC-MG) e em Problems of Economic Development, under program sponsored pela The Interamerican University Foundation, HARVARD University, USA. Foi assessora parlamentar Assembléia Legislativa de Minas Gerais (1986-1994), assessora parlamentar Câmara dos Deputados (1995), secretária adjunta Municipal de Indústria e Comércio de Belo Horizonte (janeiro 1997 a novembro de 1999), secretária de Estado da Justiça e de Direitos Humanos (novembro de 1999 a dezembro de 2002), diretora da Caixa de Assistência do Advogado – OAB-MG (1995-1997).

### **5.4. Ildeu Dias e Sarmiento**

Pró-reitor administrativo, Bacharel em Ciências Contábeis e pós-graduado em Gestão de Recursos Humanos pela Newton Paiva. Trabalha na Instituição Newton Paiva desde 01/10/1972 .

### **5.5. Nominato Luiz do Couto e Silva**

Atualmente ocupa o cargo de Secretário-Geral do Centro Universitário Newton Paiva. É Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Minas Gerais (1973) e pós-graduação (latu sensu) em Gestão Universitária pela Universidade de São Marcos/SP (1999/2001). Possui comprovada formação em atividades de educação continuada mediante cursos de aperfeiçoamento e

atualização (de 1975 a esta data); conhecimento sobre currículo e histórico escolar, micrografia, organização e métodos, dinâmica de reuniões, legislação do ensino superior, redação empresarial, capacitação para qualidade total e microinformática. Participou, ainda, de vários congressos, seminários, ciclos de estudos e outros encontros relacionados e temas educacionais pertinentes à sua área de atuação. Ministrou aulas em dois cursos para Secretários e Diretores de Ensino Superior promovidos pela Secretaria de Estado de Educação e ex-Delegacia do Ministério da Educação.

### **5.6. Luiz Gonzaga Lopes Cordeiro**

Diretor da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas desde 1995, demonstrando capacidade de relacionamento interpessoal, liderança e negociação. Licenciado em Física pela Universidade Federal de Minas Gerais, experiência no magistério de ensino fundamental e médio, disciplinas de Física e Matemática, e como dirigente de escolas públicas municipais e de faculdades – FACISA. De 1967 a 1999 cursou vários programas de educação continuada, Tecnologia de Ensino da Física, Mudanças com Criatividade, Planejamento Estratégico, auto-desenvolvimento, Equipes e Lideranças, curso básico de Avaliação e Gestão Administrativa e de Informação.

### **5.7. O Profissional de Relações Públicas na Instituição**

Em entrevista com Reitor, Newton Paiva, (16/03/2006) falou um pouco sobre a história acadêmica do curso de Comunicação Social.

“Em 1972 o curso era apresentado como Comunicação Social e três áreas sendo 50% dos alunos optavam para Relações Públicas, 22% Publicidade e Propaganda e 23% Jornalismo. Vinte seis anos mais tarde o Marketing ficou mais em evidência. Surgiu a necessidade da criação NP4 laboratório que possui prática, qualidade, empreendedorismo, tecnologia e responsabilidade social coordenada a cinco anos e atualmente pela Jornalista Vânia Turce. O NP4 abrange todas as áreas da comunicação com, Massan-Z – Agência Experimental, CPJ (Central de Produção Jornalística) , Sign

(Laboratório de MKT) Larp (Laboratório de Relações Públicas) e Agerp (Agência experimental de Relações Públicas)”

Foi questionada qual a importância do desenvolvimento tecnológico, no meio acadêmico e para o mercado de trabalho? Segundo, Dr. Newton, a instituição tenta acompanhar a tecnologia que chega no mercado de trabalho para aplicá-las em sala de aula, pois não adianta o aluno estudar nos aparelhos mais avançados sendo que quando esse chega ao mercado de trabalho ele não possui esse equipamento a disposição para atuar. “Então, como o avanço tecnológico é muito rápido, quando chega às salas de aula já estão defasados.”

Perguntou-se ainda: Quais os pontos positivos e negativos dos novos recursos tecnológicos no Curso de Comunicação social? “ Sempre pensamos na teoria aliada à prática. O ponto negativo é que com a rapidez do avanço tecnológico mal uma tecnologia chega em nossas mãos surge outra.”

O curso de Relações Públicas da Newton Paiva é o mais antigo do Estado de Minas Gerais, enfatiza a formação de um profissional generalista e com visão empreendedora da profissão. Por meio de trabalhos interdisciplinares, os alunos desenvolvem projetos de responsabilidade social e para clientes reais desde o início do curso. Devido à tradição e ao reconhecimento, o profissional graduado pela Newton Paiva possui maior facilidade de inserção no mercado de trabalho.

O corpo docente do curso é composto por 60% de mestres com longa experiência acadêmica e de mercado. Outro fator que atesta a qualidade do curso são os prêmios concedidos pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom, e pela Associação Brasileira de Relações Públicas - ABRP. Nas três últimas edições da Expocom, importante exposição nacional de trabalhos acadêmicos de comunicação promovida pela Intercom, a Agência Experimental de Relações Públicas – Agerp, foi reconhecida como a Melhor Agência Experimental de Relações Públicas do país. No concurso de Trabalhos de Conclusão de Curso da ABRP os

universitários inscritos recebem premiações expressivas em diversas categorias.

Nas disciplinas Criação e Redação em Mídia Eletrônica e Criação e Redação para Vídeo Institucional, os alunos elaboram produtos importantes utilizando o aparato tecnológico do NP4 e na disciplina Jornalismo Empresarial é produzida a RP em Revista on line, publicação totalmente desenvolvida pelos acadêmicos do curso.

Com um projeto pedagógico inovador, o curso permite aos alunos desenvolverem trabalhos para clientes reais, e também participarem de projetos interdisciplinares que colaboram para a formação de um profissional completo e preparado para o mercado.

O aluno da Newton Paiva conta ainda com o programa de encaminhamento e acompanhamento de estágios, através do qual o curso insere o universitário no dia-a-dia da profissão e proporciona uma aproximação com profissionais reconhecidos do mercado de trabalho.

A Agência Experimental de Relações Públicas – AGERP objetiva o desenvolvimento de atividades práticas do RP, oferecendo uma aproximação real com o mercado. Os alunos e os estagiários da agência viabilizam os planejamentos e programas criados para o mercado. Ela atende às necessidades dos alunos com a finalidade de complementar, de forma prática, os entendimentos teóricos, disponibilizando para o mercado uma prestação de serviços da comunicação integrada com qualidade.

Na agência são desenvolvidos projetos nas áreas de comunicação, como assessoria de imprensa, cerimonial e organização de eventos, pesquisa de mercado e de opinião pública, cursos de extensão de curta duração, entre outros.

#### **5.8. Laboratório de Comunicação NP4**

Em entrevista com Vânia Turce, (23/03/2006), explicou como funciona o NP4 divide-se em 04 categorias:

- Publicidade e Propaganda (PP) com a agência “Massans – Z” que possui um diferencial no software - SAP.
- Relações Públicas (RP) com o Larp – Laboratório de Relações Públicas que ao final dos anos 80 evoluiu muito tecnologicamente com a colaboração dos professores; Alice Arcebispo, Pedro Baggio e Raquel Parreiras criando a Agerp (Agencia experimental de Relações Públicas).
- No Jornalismo tradicional a escrita demorava e vinha após o registro. Com o surgimento da internet, TV, mundo atual e local conseguiu-se atingir maior número de pessoas ao mesmo tempo.
- O Marketing (MKT) – Sign, em 1988 uniu tudo e todos RP, PP, Ética, Gestor Marketólogo, Empreendedor, comunicação e mídia, comunicação visual, jogos empresariais, SAP, mine-trabalhos, Corel, Oratória, Promoção de eventos, CRM (Busca de Clientes) e TCC (Estágio). Em busca e professores mais qualificados com tripé de três pilares; Teoria, prática e extensão.
- No decorrer de três décadas se destacam atividades no meio acadêmica no setor editorial – a comunicação, são elas: Revista Multidisciplinar (1974), Revista de Psicologia (1985), Oïkos - Boletim de Análise de Conjuntura, Revista Vanguarda Econômica, Caderno de Filosofia e Ciências Humanas, Psique (relançamento da Revista de Psicologia) em 1993, Revista Matnews 1997, e DEMEX-MG (Demonstrativo Setorial das Exportações no Estado de Minas Gerais Lácio - Revista de Letras), DEMIM-MG (Demonstrativo Setorial de Importações do Estado de Minas Gerais) em 2000.
- A Instituição possui ainda uma editora que publica livros e revistas com os respectivos títulos; Crime, sociologia e políticas públicas, Jingles e spots, Orçamento participativo, Identidade arquivada, Economia da caridade, Sentimentos, Representações da infância, Política internacional, Empreendedorismo, Freud e a função paterna, Comércio eletrônico, Revista Paralelo 20 nº1 e ainda a Revista Trivium nº 1.
- E a Newton divulga uma identidade visual, trabalha a marca demonstrando a excência da instituição. É fundamental que a utilização

da marca seja feita de maneira consciente, sem distorções, para manter sua integridade.

- Então podemos ver que a comunicação sempre estará em alta na Newton Paiva.

Segundo a jornalista Vânia Turce, no laboratório NP4 verificamos a existência dos meios de comunicação da vida dos acadêmicos. A aplicabilidade e a frequência de alunos nos laboratórios são permanentes de acordo com a disciplina atual. Produzem informações através da tecnologia e estrutura oferecida pela instituição. Disponibiliza ainda câmaras de filmar VHS e digital, câmaras fotográficas analógicas e digitais, computadores e programas necessários.

Para entendermos um pouco mais sobre nosso trabalho precisamos conceituar palavras aos quais facilitaram na compreensão de nossos resultados. Veremos a seguir a aplicação da pesquisa na Instituição e no mercado.

## **CAPÍTULO VI**

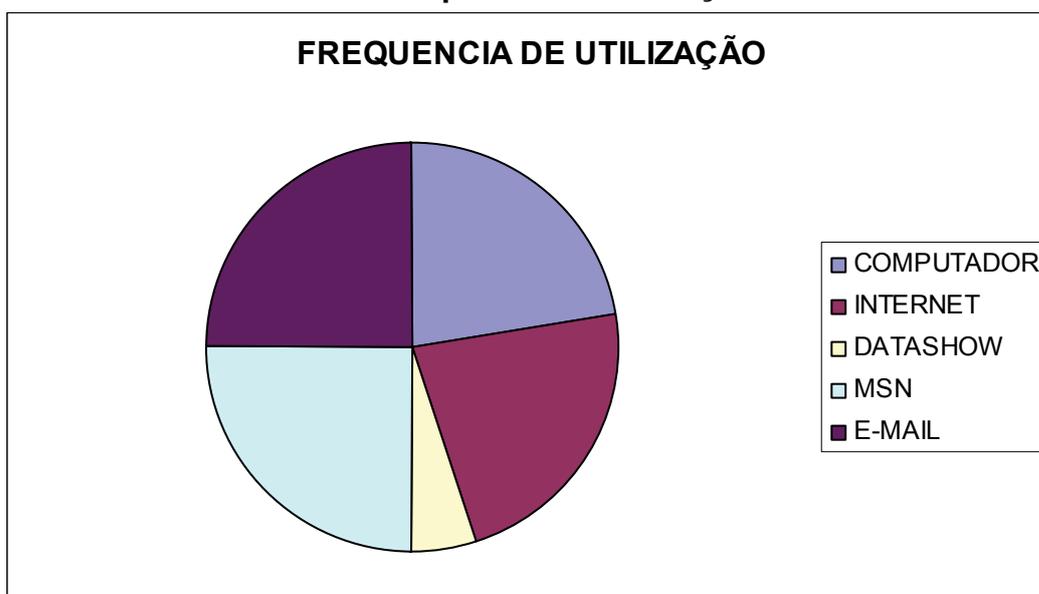
### **RP na Newton Paiva e no mercado**

Em nossa amostra da pesquisa entrevistamos 50% de alunos em curso e 50% de ex-alunos. Onde 80% dos entrevistados estão na faixa etária entre 21 e 30 anos e 20% se encontram até os 40 anos. Que se dividem em 91% são mulheres e apenas 8% são homens. Dentre eles apenas 4,4% continuaram a estudar cursaram ou estão cursando o mestrado, 13% pós ou MBA e 82,6% que não deram continuidade aos estudos.

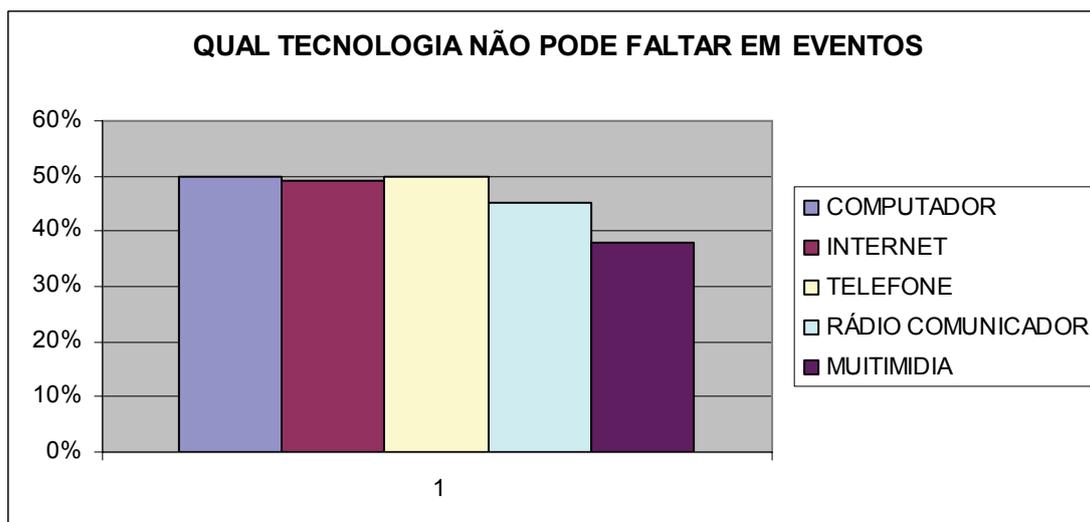
De acordo com os entrevistados devemos sempre ter cautela com relação às novidades tecnológicas que vão surgindo no mercado. Pois as novidades poderão amedrontar ou trazer soluções em nossos trabalhos. Muitos dos entrevistados dizem que os recursos audiovisuais ampliam a compreensão dos ouvintes e contribuem na fixação da imagem do evento e da instituição.

Constatamos, também, a aplicabilidade da tecnologia e da comunicação na Instituição Newton Paiva. Pois questionamos a frequência com que os alunos e os profissionais utilizam equipamentos de tecnologia. Percebemos que dos profissionais entrevistados 50% utilizam a tecnologia em seu trabalho. Enquanto o percentual de alunos 37% utilizam diariamente o computador e internet, 10% o data show e 50% deles manuseiam o e-mail e msn. Entretanto somente 3% dos alunos utilizam o computador e a internet pelo menos uma vez por semana. Enquanto que 1% dos alunos de RP utilizam entre 2 a 3 vezes por semana. E também com 1% deles manuseia mais de 4 vezes por semana.

**Gráfico 1**  
**Frequência de utilização**

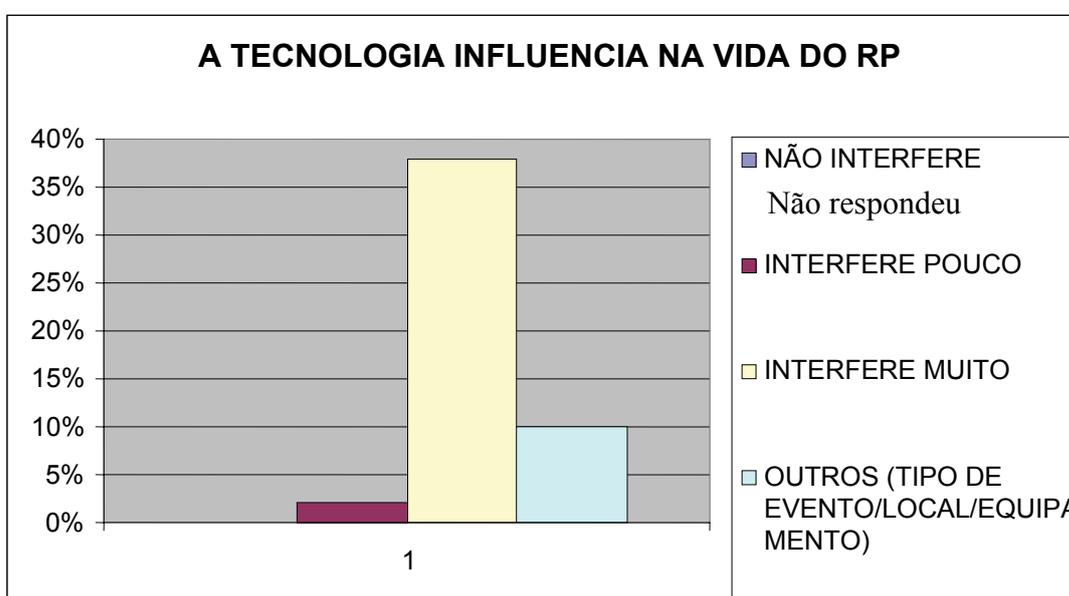


Questionamos também quais equipamentos tecnológicos, na atividade de eventos, não podem faltar? Percebemos que 50% dos entrevistados responderam Computador e telefone. Já para internet 49% dos entrevistados. E 45% responderam de rádio comunicador é imprescindível. E apenas 38% responderam que não poderia faltar o equipamento de multimídia para realização de eventos.

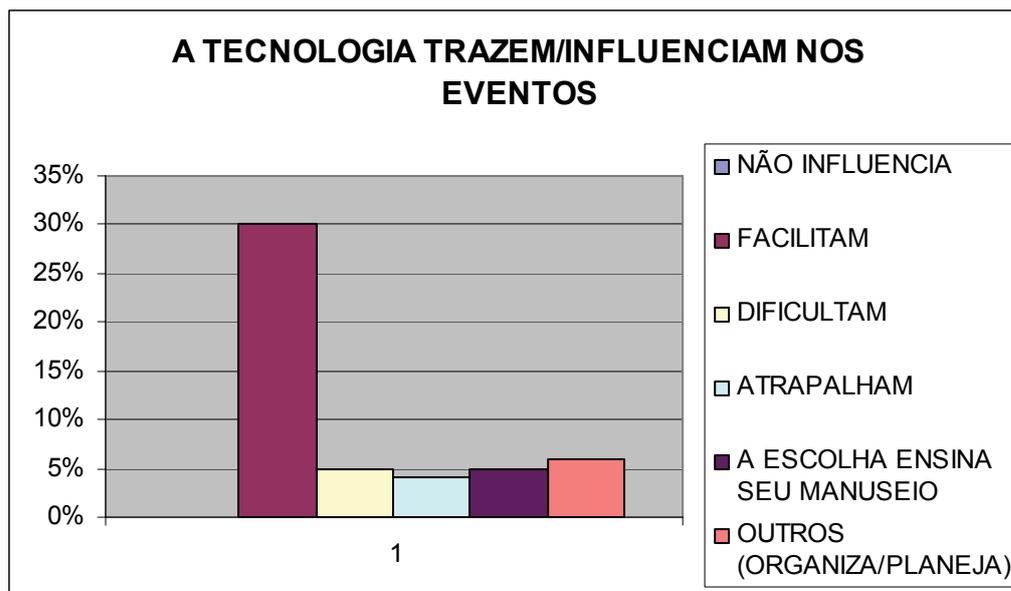


Analisando a utilização da tecnologia e sua aplicabilidade é bastante considerável, apesar de ter uma pequena minoria que ainda têm medo dos equipamentos que vão encontrar para trabalhar.

Na opinião dos entrevistados as novas tecnologias interferem / influenciam na vida dos profissionais de relações públicas em 38% interferem muito, 10% depende do tipo de evento, do local do evento e do equipamento utilizado. Sendo que somente 2% acham que Interferem pouco. E 0% dos entrevistados disse que não interferem.

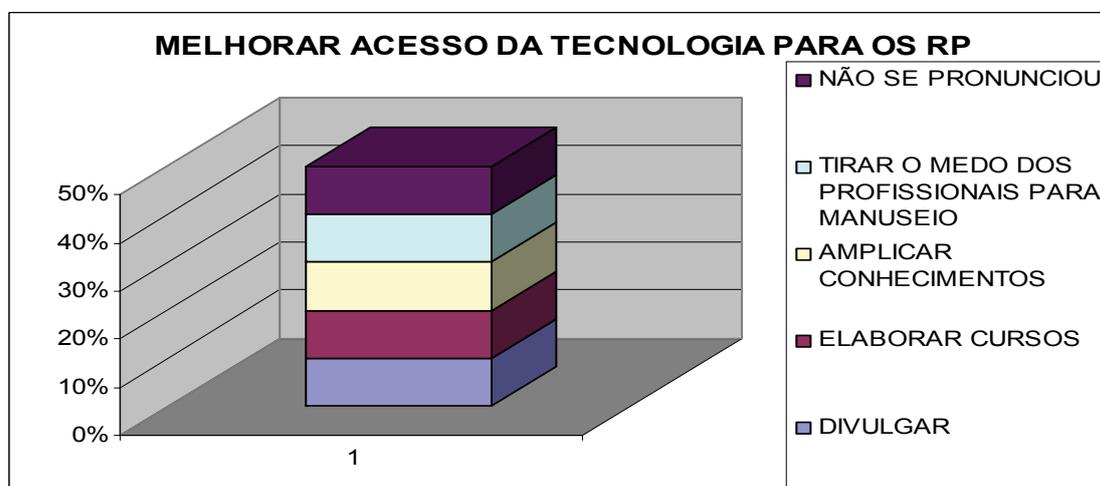


E questionamos ainda se as novas tecnologias trazem / influenciam nos eventos realizados? Na opinião dos entrevistados 30% disseram que facilita, 6% organiza e planeja, 5% dificultam, também 5% é determinante a escolha e ensina seu manuseio, 4% disseram que atrapalha.

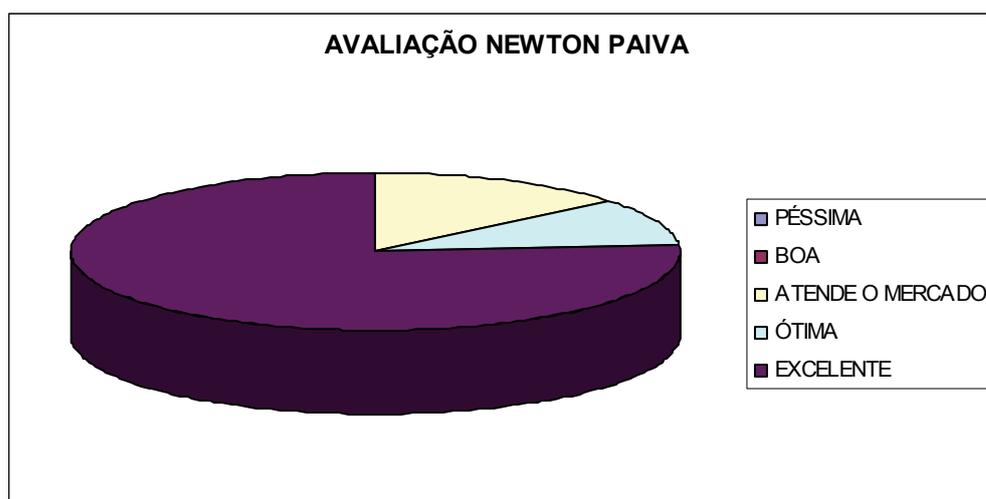


Visto que apenas 8% dos Profissionais e alunos, entrevistados, possuem posturas diferentes com relação à influenciar ou não no profissional e no evento 30% defendem que a tecnologia que ajuda, facilita, depende do equipamento e de sua utilização dessa tecnologia.

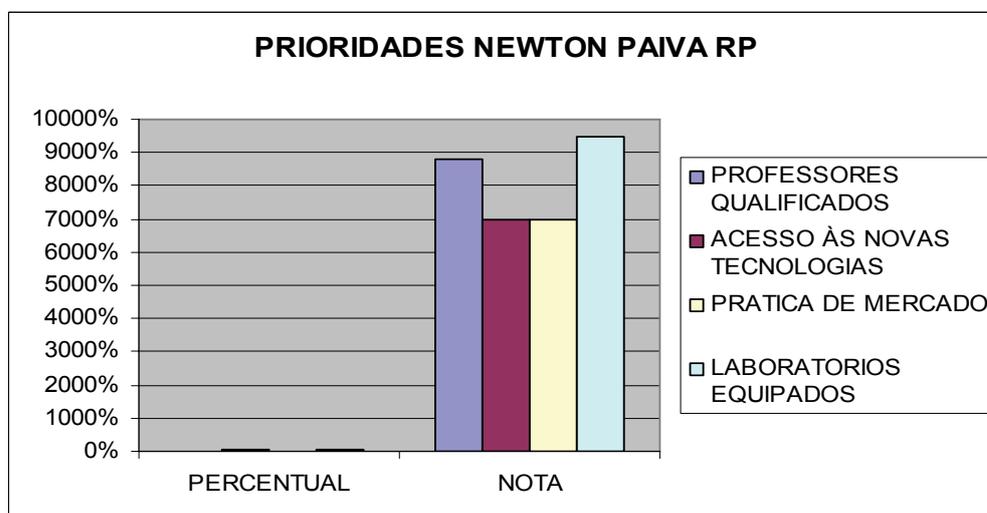
Perguntamos o que poderia ser feito para melhorar o acesso dos profissionais de relações públicas as novas tecnologias da comunicação e da informação? Resultou em um percentual de 10% em que a instituição deveria divulgar melhor a tecnologia, 10% gostariam que elaborasse novos cursos, 10% defendem na ampliação do conhecimento, 10% afirmam que as pessoas deveriam perder o medo das tecnologias novas e 10% não se pronunciaram. E 50% Não responderam.



Avaliando a instituição Newton Paiva pedimos para conceituarem a Instituição. Responderam que a Instituição é excelente 38%, que é ótima 5% e que estão atuando no mercado. E que a Instituição atendo ao mercado de trabalho 7%. E nenhum deles respondeu que a Instituição é boa ou péssima.

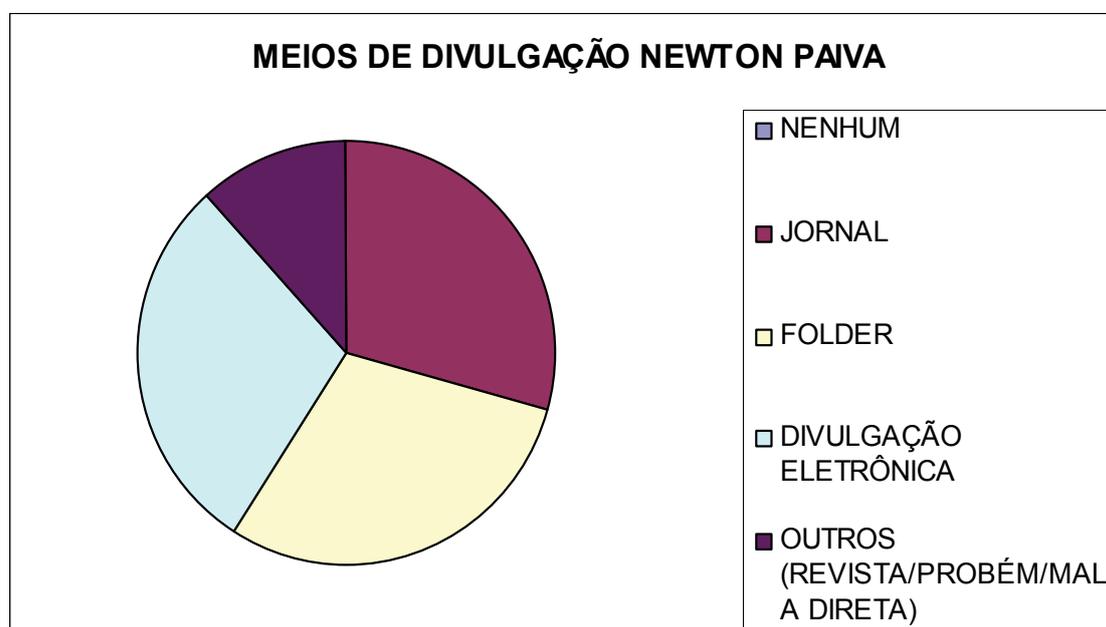


Solicitamos, também, uma pontuação distribuída em 100 pontos, com relação à priorização do uso da tecnologia na Instituição, Newton Paiva, no período do curso de Relações Públicas. Com relação à qualificação profissional dos professores, 20% entrevistados responderam 88 pontos. Em questão de acesso às novas tecnologias 30% dos entrevistados deram 70 pontos. Em referência ao mercado de trabalho e sua prática profissional 20% pontuaram 70. Com relação aos laboratórios equipados 30% pontuaram 95%.



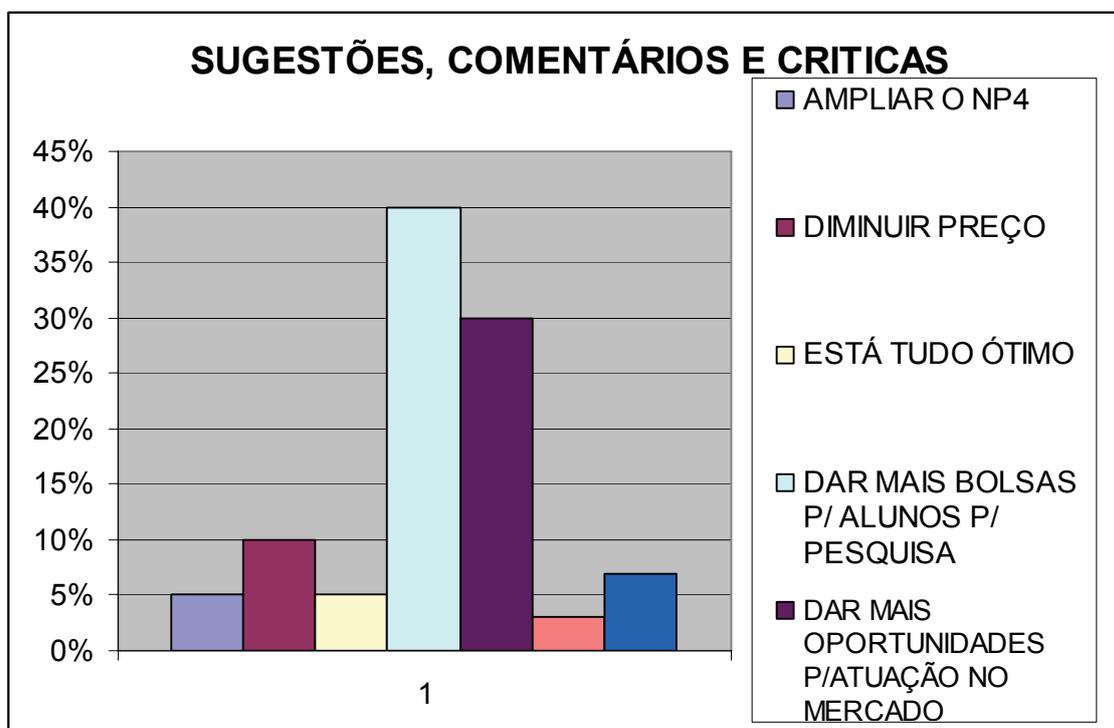
Verificamos que na avaliação da Instituição Newton Paiva instituição está aberta para busca de novas tecnologias e principalmente colocá-las em prática com futuros profissionais. A pontuação para a instituição varia entre 70 a 100 quando abordamos a qualificação dos professores, acesso às novas tecnologias, a prática de mercado e se os laboratórios são equipados. Este último obteve melhor pontuação confirmando nossa afirmativa.

Questionamos ainda quais os materiais de divulgação, comunicação a Instituição Newton Paiva distribui para alunos e ex-alunos. A Instituição investe bastante nesse seguimento. Detectamos que 50% dos entrevistados recebem jornal, folder e divulgação eletrônica. Entretanto 20% acrescentaram que recebem também revista, mala direta e comunicados de vagas de estágios e empregos através do PROBEM.



E por fim solicitamos sugestões, comentários e críticas que julgassem importante para entender os cenários das novas tecnologias para os profissionais de relações públicas e a contribuição da Instituição Newton Paiva.

Dos entrevistados 40% comentam que a Instituição poderia dar mais bolsa para alunos investirem em pesquisa. Segundo ponto mais abordado foi 30% dos entrevistados que a Instituição poderia dar mais oportunidades para atuação no mercado de trabalho do RP. O que não poderia faltar 10% questionou com relação ao preço alto da faculdade. Entretanto, 7% deles disseram que a Instituição é organizada e procura atender às solicitações dos alunos. No entanto, 5% sugeriram ampliar o NP4. E 5% comentam que está tudo ótimo. E somente 3% não se pronunciaram.



Diante da nossa pesquisa pudemos perceber que a Instituição Newton Paiva está cada dia se destacando no mercado de trabalho dos profissionais de Relações Públicas. Que a Instituição realmente defende sua missão.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação aliada à tecnologia trouxe para o nosso trabalho agilidade, amplitude, personalização no processo comunicacional e garantia na fidelidade e na capacidade de entendimento nas intenções do emissor. Visto que a comunicação e a tecnologia vêm sendo aplicadas no processo acadêmico sua aplicabilidade será cada vez mais eficaz quando ao profissional.

Desde o surgimento do computador - PC até as evoluções tecnológicas atuais acarretaram revoluções favoráveis e mudanças não tão favoráveis. Mudanças essas que vieram estruturando as máquinas de empresas e se modernizando até atingir as residências das pessoas. Ou seja, o PC já fazia parte da vida profissional e passou a fazer parte da vida pessoal.

Na Década de 60 o PC deu um grande salto na indústria da mídia, com a introdução de correio eletrônico, recuperação de dados na internet, computadores portáteis, textos, fotos, gráficos, revistas, livros e jornais que vieram facilitar os trabalhos dos jornalistas.

Já na década de 90 os computadores começaram a comercializar vídeo tape, animação, gráficos e vídeos de noticiários.

Diante de tanta evolução, atualmente, temos a Realidade Virtual – RV; o ciberespaço dos computadores, ou a interface do homem / computador. Onde encontramos qualquer produto que se deseja comprar.

O PC nas escolas alia-se a diversos recursos visuais, auditivos, animação e a técnica utilizada colaboram para despertar o interesse do aluno. A união da TV, do Vídeo e do computador faz despertar esse interesse. As redes que compartilham trabalhos, disciplinas e troca informações colabora com o processo comunicacional. A rede na internet rompe as barreiras das instituições, alunos, professores, profissionais e com o mundo.

A Instituição, Newton Paiva, no contexto da comunicação e da tecnologia se preocupa com o aluno e com os futuros profissionais para a construção e a elaboração do conhecimento aliado à prática. Em especial o aluno de Comunicação Social habilitação Relações Públicas.

Constatamos, em nossa pesquisa, que as velocidades das transformações tecnológicas são muito rápidas e vão se modificando no período de graduação até a conclusão do ensino chegando ao mercado de trabalho. É um grande desafio, porém se ameniza tentando se aproximar a a teoria da prática. “Prova disso são os estágios profissionalizantes, acessíveis aos alunos e ex-alunos.” (questionário).

As múltiplas funções das Relações Públicas confundem as pessoas, não sabendo exatamente a importância de o profissional atuar em empresas de qualquer seguimento no mercado de trabalho.

Os profissionais de Relações Públicas possuem como competências, habilidades e múltiplas funções como; planejar, programar, administrar, gerenciar, promover e aprimorar técnica e tecnologia. A atuação do profissional no ramo de eventos utiliza muitos aparatos tecnológicos para melhoria e amplitude de seus resultados.

O profissional de Relações Públicas tem que ter uma visão empreendedora para oferecer além do que o cliente espera. Deve surpreendê-los a qualquer momento.

A instituição Newton Paiva utiliza do Marketing promocional e de eventos fixando a formação da sua imagem em seus eventos como, por exemplo, nas Colações de Grau que são realizadas pela instituição. Os próprios alunos produzem mídia eletrônica e redigem vídeos institucionais que são apresentados aos convidados. A instituição utiliza-se da internet para se comunicar com alunos e ex-alunos para enviar, divulgação institucional, cursos, seminários e comunicados importantes que favorecem a rapidez e o conhecimento das informações.

Exemplares de revistas e jornais impressos que eram entregues aos alunos em suas residências se tornaram eletrônicos, diminuindo o custo operacional, aumentando o número de pessoas atingidas e a velocidade com que essa informação chega às pessoas.

Podemos ver hoje em uma formatura em que ela pode ser transmitida simultaneamente na medida em que vai acontecendo o evento. Em contrapartida antigamente esse mesmo evento tinha que ser filmado e editado em um estúdio para que pudesse assistir posteriormente.

A parceria entre a televisão, vídeo e computador vêm dando muito certo. A comunicação e a tecnologia estão em sintonia, como por exemplo, um evento com vídeo conferência, a pessoa fala com outra, em tempo real visualizando-o. Tecnologia essa que diminuiu as distâncias e aumentou a rapidez da comunicação. Possibilitando uma pessoa conversar com outra, fazendo perguntas para outro e respondendo-lhe em seguida.

A instituição Newton Paiva possui vários meios de comunicação como televisão, rádio, jornal e internet através do NP4 que são as agências e utiliza-os com seus públicos-alvos, ou seja, com os alunos e ex-alunos.

Percebemos, através de nossa pesquisa, que para realizar um bom evento é preciso estar atualizado acompanhando o mercado tecnológico para utilização adequada do equipamento ideal no evento. Com isso, conseguirá estar mais em menos tempo e terá mais resultados. A escolha dos meios de comunicação a serem utilizados deve ser adequada ao objetivo para conseguir o resultado esperado. A escolha, incorreta, os objetivos não serão supridos podendo surgir problemas de comunicação que não serão satisfatórias. Na falta de critérios, para a escolha da tecnologia mais cara ou mais recente nem sempre é a mais eficiente para atingir os objetivos desejados do determinado evento.

Eventos estão diretamente relacionados com Cerimonial e protocolo onde cada um precisa estar ciente do Decreto lei 70.274 que normatiza o cerimonial público. Cerimonial que dá origem aos demais eventos aos quais

necessitam seguir algumas leis, protocolos, etiqueta de cada tipo de evento seja ele; social, oficial e empresarial.

O Decreto Lei 70.274 estabelece uma ordem de colocação de bandeiras; país, Estado e instituição que deve ser obedecida em todos os eventos.

Qualquer evento necessita de um cerimonial seja ele do mais simples ao mais complexo protocolo. E é a partir do decreto lei que fazemos o planejamento e a sua execução. Apesar de termos comprovado que cada dia vem caído em desuso e aumentando a quebra do protocolo a partir das pessoas que estão envolvidas no evento. O cerimonial tem como base a etiqueta e o protocolo. A etiqueta facilita a comunicação entre as pessoas. Faz com que o ser humano tenha cuidado com o que vai pronunciar e ouvir.

Com isso podemos perceber a importância de estamos sempre prontos a receber a tecnologia e a comunicação para que possamos aplicá-las em todos os tipos de eventos.

### Referências Bibliográficas:

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Dicionário de profissional de Relações Públicas e comunicação**. Summus, 1996. p.18.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de Pós Graduação: noções práticas**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- AUGRAS, Monique. **Opinião Pública. Teoria e Pesquisa**. Rio de Janeiro: Vozes, 1970.
- BAGGIO, Pedro. **Cerimonial e protocolo**. Apostila curso Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas. Belo Horizonte: Newton Paiva, (1992).
- BASTOS, J. A. de S. L. de A. **O papel dos centros tecnológicos na formação de docentes e alunos, e em sua vinculação com o setor produtivo**. Trabalho apresentado no IV Congresso de Educación Tecnológica de los Países del MERCOSUR, Montivideo, 1996.
- BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. 17.ed. Petrópolis: Vozes, 1999. 247 p. ISBN 85-326-0598-2.
- BRYAN, N. A. P. Desafios Educacionais da Presente Mutação Tecnológica e Organizacional para a Formação de Professores do Ensino Tecnológico. In: BICUDO, M. A. V. & SILVA JUNIOR, C. A. (Org.). **Formação do professor – Dever do Estado, tarefa da Universidade**. Vol. 3. São Paulo: Ed. UNESP, 1996.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Desafio das relações públicas no Brasil**. In: ... **discursos, práticas e tendências**. São Paulo: Rideel; Brasília: UniCEUB, 2001. 48p.
- BRASIL**. Lei Decreto 70.274, de 9 de março de 1972. Regulamenta-se a legislação. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 09 de março de 1972. Disponível em: <http://www.in.gov.br/70274>. acesso em: 29 de Nov. 2005.
- CASCUDO, Luiz da Câmara. **Civilização e Cultura – Homem falando! Homem escrevendo! O nome tem poder!** Belo Horizonte: Itatiaia, 1989. Páginas 615-628.
- CESCA, Cleuza Gimenes. **Organizações de eventos: Manual para planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 1990.

**CONRRERP.** (Conselho Estadual e Regional de Relações Públicas de Minas Gerais 2 Região). **Normas do cerimonial público e a ordem geral de precedência.** BRASÍLIA: 09 DE MARÇO DE 1992. 151º. da Independência e 84º. da República.

COSTELLA, Antônio F. **Legislação da Comunicação Social:** curso básico – Jornalismo, Publicidade, Rádio e TV. Editoração, cinema. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002. 239 p.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti **Pesquisa empírica em Ciências humanas.** \_\_\_\_\_, Sarah Chucid Da Viá. – São Paulo: Futura, 2001.

DEBRAY, Régis. **O Estado sedutor:** as revoluções midiológicas do poder / Régis Debray; Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. – Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. pg. 11 à 58

DIZARD, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação** / Wilson Dizard Jr; tradução Edmond Jorge; revisão técnica, Tony Queiroga. \_ 2. ed. Ver. e atualizada. \_ Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

DUARTE, Jorge Antônio Menna, BARROS, Antônio Teixeira de e MARTINEZ Regina Esteves. **Comunicação: discursos, práticas e tendências** / (org.) São Paulo: Ridee, Brasília: UniCEUB, 2001. p.37-53 ep.199-209.

FAGUNDES, L. da C. Problemas de Desenvolvimento Cognitivo e a Interação com a Tecnologia. In: OLIVEIRA, Vera Barros de (Org.). **Informática em Psicopedagogia.** São Paulo: Ed. SENAC, 1996.

KUNSCH, Margarida. **Obtendo Resultados com Relações Públicas** / KUNSCH, Margarida M. Krohling (Organizadora). \_\_ São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. 3ª ed. 247p.

LESLY, Philip. **Os fundamentos de Relações Públicas e da comunicação** / Philip Lesly (Coordenador); tradução Roger Cahen. \_\_ São Paulo: Pioneira, 1995. 256p.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo Dicionário da Língua Portuguesa. Editora Nova Fronteira S.A. Rio de Janeiro. 1986. p.1611.

FRANÇA, Júnia Lessa (org.). **Manual de normalização de publicações técnico-científicas.**6.ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

FREITAS, Maria Íris Teixeira. **Cerimonial e Etiqueta: ritual das recepções.**

Belo Horizonte: UNA Editoria, 2001.

FREITAS, Sidneia G. **Manual de qualidade em projetos de comunicação** / Sidneia G. Freitas. São Paulo: Pioneira, 1997, 258 p.

GERIBELO, José Wagner. Artigos 129-147 **novas técnicas em comunicação social: uma nova visão**. Análise teórica e proposta pedagógica Wagner José Geribelo - dez/2000 faculdade de jornalismo /Puc campinas. São Paulo.

GOMES, Sara. **Guia do Cerimonial: do trivial ao formal**. 4. ed – Brasília: LGE, 2003. 320 p.:il.

KINCHELOE, J. L. **A Formação do Professor como Compromisso Político**. Tradução: Nize Maria Campos Pellanda. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

KOTLER, Philip. **O marketing sem segredos**. Porto Alegre: Ed Bookman, 2005. 1-44 p.

KUNSCH, Margarida M Krohling. **Obtendo Resultados com Relações Públicas** / KUNSCH, Margarida M. Krohling (Organizadora). \_\_ São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. 3ª ed. 247p.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Indústrias Culturais e os desafios da integração Latino – Americana**. São Paulo: 1993. 163 p.

KUNSCH, Margarida M. Krohling, MOREIRA, Sonia Virginia. **Diálogos midiológicos** – 11: a investigação comunicacional na América Latina. Revista Brasileira de comunicação, São Paulo: Intercom. 2002.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos / Eva Maria Lakatos. Marina de Andrade Marconi. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Sociologia geral**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 1999. 373 p. ISBN 85 -224-2145-5.

LESLEY Philip. **Os fundamentos de Relações Públicas e da comunicação** / Philip Lesley (Coordenador); tradução Roger Cahen. \_\_ São Paulo: Pioneira, 1995. 256p.

LEVY, Pierre **Civercultura**. Tradução de Carlos. Irineu da Costa.— São Paulo: Ed. 34, 1999. 264 p. (Coleção TRANS).

LINS, Augusto Estelita. **Evolução do Cerimonial no Brasil**. Brasília: Comunigraf Editora, 2002, 194 p.

LINS, Augusto Estelita. E.P& C. **Etiqueta, Protocolo e Cerimonial**. Brasília: Escopo Editora, 1985, 191 p.

LITTO, F. M. Repensando a Educação em Função de Mudanças Sociais e Tecnológicas Recentes. In: OLIVEIRA, Vera Barros de (Org.). **Informática em Psicopedagogia**. São Paulo: Ed. SENAC, 1996.

MORAES, M. C. **O Paradigma Educacional Emergente**. Campinas: Papyrus, 1997.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisa - amostragens e técnicas de pesquisa - elaboração, análise e interpretação de dados**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1999. 260 p.

MARTINEZ, Marina. **Cerimonial para executivos: Guia para execução e supervisão de elementos empresariais**. 3.ed.– Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo Sobre Eventos**. São Paulo: Editora STS, 1999.

MELLO, José Marques. **Comunicação: Teoria e Política**. 1ª. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985. 139 p.

MCLUHAN, Marshal. **Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem**. *Understand Mídia*. 12ª ed. São Paulo, Cultrix, 1964, 403 pág.

**NEWTON PAIVA**. Perfil da Instituição disponível em: <<http://www.newtonpaiva.br>> acesso em: 20 de out. 2005.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida Digital** / Nicholas Negroponte; tradução Sérgio Tellaroti; supervisão técnica Ricardo Rangel. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NOJOSA, Urbano e GARCIA Wilton (Org). **Comunicação e tecnologia**. São Paulo: U.N. Nojosa, 2003. 181p.

OLIVEIRA, R. **Informática Educativa**. Campinas: Papyrus, 1997.

OLIVEIRA, Vera Barros (Org.). **Informática em Psicopedagogia**. São Paulo:

Ed. SENAC, 1996.

PADRE Geraldo Gabriel de Bessa. **Comunicação, Tecnologia e Educação**. Virtualbooks.terra.com.br/padregabriel/tese/tecnologia.htm>> Mestre em Educação Centro Universitário Salesiano UNISAL, Americana. /SP. Coordenação do Professor /Dr. Augusto João Crema Novaski tese defendida 28 de abril de 2001. Data da consulta 16 de setembro de 2005 às 13:30.

PAPERT, S. **A Máquina das Crianças – Repensando a Escola na Era da Informática**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

PIAGET, Vygotsky e Wallon H. **Afetividade e Cognição**. Yves de La Taille, Marta Kohl de Oliveira e Heloysa Dantas. SP: Summus Editorial Ltda. p. 47-113.

POLITO, Reinaldo. **Recursos Audiovisuais nas apresentações de sucesso** / Reinaldo Polito. 5.ed.ver. atual. Ampl. – São Paulo: Saraiva, 2003. 226 p.

POIARES, Valter Ramos. **Comunicação Social e relações Públicas**. Walter Ramos Poyares. 2 ed. Rio de Janeiro, Agir. 1974. 332 p.

ROCHA, C. A. **A Interferência da Cultura nos Softwares Educacionais: o desafio de alertar sobre as práticas discriminatórias**. Curitiba, 2001. 165 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. **Pesquisa social: Método e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1995.

RIPPER, Afira Viana. O Preparo do Professor para as Novas Tecnologias. In: WEISS, A. M. L.; CRUZ, M. L. R. M. da. **A Informática e os Problemas Escolares de Aprendizagem**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1998.

SHNEIDER, Sergio Paulo. **Cerimonial e Protocolo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 1985, 84 p.

SPEERS, Nelson. **Cerimonial para Relações Públicas**. São Paulo: Livraria José Olimpio Editora S/A, 1984, 693 p.

STRAUBHAAR, Joseph D. **Comunicação, mídia e Tecnologia** / Tradução José Antônio Lacerda Duarte – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. Tradução Sérgio Tellaroli. São

Paulo, Companhia das Letras, 1995, pp 157-159.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna: Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995, pág. 01-70.

VIEIRA, Sofia Lerche. **O público e o privado nas tramas da LDB**. 1992.