

PUBLICAÇÃO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - Nº 06

Fernanda A. Domingues



*Entrada da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG.*

# Quatro décadas de Relações Públicas na UFG

Celebrando 40 anos do curso de Relações Públicas, os professores Dr. Claudomilson Braga e Luciano Alves falam sobre os projetos do curso na UFG

/ PÁGINA 07

## SUSTENTABILIDADE SOCIAL

A importância da sustentabilidade social para a UFG e para as organizações.

PÁGINA 14

## PROFISSIONAL LIBERAL

O Relações Públicas Carlos Martins conta sobre sua atuação como profissional liberal em Goiânia.

PÁGINA 10

## Nova direção da FIC

Em entrevista ao Perspectiva, a professora Dra. Angelita Lima fala sobre as expectativas para a nova gestão.

/ PÁGINA 04

## Centro Acadêmico

Após 40 anos, estudantes fundam o Centro Acadêmico de Relações Públicas da UFG.

/ PÁGINA 03

O Jornal Perspectiva discute, nessa edição, temas importantes para todos os alunos da Faculdade de Informação Comunicação (FIC), em especial para os estudantes de Relações Públicas. Afinal, o curso completou recentemente 40 anos na Universidade Federal de Goiás, data que foi acompanhada de algumas mudanças internas e externas. O fato das Relações Públicas não serem mais uma habilitação de Comunicação Social na UFG foi uma delas. Já dentro da FIC, a nova gestão prevê grandes desafios e espera muitas conquistas. A diretora Angelita Lima conta, em entrevista, detalhes de como é estar à frente de uma faculdade com cerca de 900 alunos. O fato do curso de RP finalmente criar um Centro Acadêmico apenas com a iniciativa dos estudantes também é uma transformação. A prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Margarida Kunsh se manifesta sobre o CARP nessa matéria. Além disso, nessa edição, o profissional de RP é apresentado em duas de suas especialidades no mercado atual: o trabalho liberal e a área de comunicação e sustentabilidade. Em meio a toda essa metamorfose da comunicação na FIC, para os estudantes de RP e para a profissão das Relações Públicas, os alunos da turma do 5º período de RP desejam a todos e todas uma ótima leitura.

Daniele de Lima da Silva  
Setembro de 2017

#### Universidade Federal de Goiás

REITOR

Prof. Orlando Afonso Valle do Amaral

VICE-REITOR

Prof. Manoel Rodrigues Chaves

PRÓ-REITOR DE GRADUAÇÃO – PROGRAD

Profa. Gisele de Araújo Prateado Gusmão

PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO - PRPG

Prof. Jesiel Freitas Carvalho

PRÓ-REITORA DE PESQUISA E INOVAÇÃO – PRPI

Profa. Maria Clorinda Soares Fiavoranti

PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO E CULTURA – PROEC

Profa. Giselle Ferreira Ottoni Candido

PRÓ-REITOR DE ADMINISTRAÇÃO

E FINANÇAS - PROAD

Prof. Carlito Lariucci

PRÓ-REITOR DE DESENVOLVIMENTO I

NSTITUCIONAL E RECURSOS HUMANOS – PRODIRH

Prof. Geci José Pereira da Silva

PRÓ-REITOR DE ASSUNTOS DA

COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA - PROCOM

Eelson Ferreira de Morais.

#### FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Diretor: Angelita Pereira de Lima

Vice-diretora: Andréa Pereira dos Santos

CURSO DE GRADUAÇÃO

EM COMUNICAÇÃO SOCIAL -

RELAÇÕES PÚBLICAS

Coordenador : Prof. Luciano Alves Pereira

Perspectiva

PUBLICAÇÃO DO CURSO DE

RELAÇÕES PÚBLICAS

Endereço para correspondência:

Caixa Postal: 131, Campus II – Samambaia

rpufg@hotmail.com

CEP : 74.001-970 – Goiânia-GO

PRODUÇÃO DE TEXTO JORNALÍSTICO II

ORIENTADORA: Prof. Dr. Gardene Leão de Castro.

Projeto Gráfico: Frederico Oliveira

Diagramação: Nurayme Ramos

Editoras: Prof. Dr. Gardene Leão de Castro

Dra. Divina Marques

Redação: alunos da disciplina PTJII / 2017.

Tiragem: 1.000 exemplares

Versão on-line: <http://www.fic.ufg.br/rp/>

Publicado em setembro de 2017.

# O Centro Acadêmico de Relações Públicas da UFG

*Por Daniele de Lima, Henrique Gaby, Jeferson Fragoso, Luan Carlos Dias, Mariana Tralback.*

Um Centro Acadêmico é uma entidade estudantil que representa todos os alunos de um curso. Para isso, ele deve manter com os mesmos um canal direto e permanente de contato, realizando discussões, debates, palestras e reuniões de forma democrática.

O curso de Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) fundou seu C.A. em 2016, após 40 anos sem uma representação específica. Apesar desse avanço, o longo tempo sem um centro acadêmico resultou em dificuldades de compreensão sobre a entidade para alguns discentes, que ainda possuem dúvidas quanto ao assunto.

Segundo Júlia Queiroz, aluna ingressante de Relações Públicas em 2017, o C.A. permite que os alunos sejam coordenados e organizados a fim de terem voz e visibilidade dentro da universidade. Em sua opinião, “a gestão atual tem sido eficaz, devido à sua organização ser visível e bem posicionada”. Júlia ainda pontuou a importância de se conquistar um espaço físico na faculdade, que representa um ambiente de convivência e de cooperação mútua.

Segundo a Prof<sup>a</sup> de Relações Públicas, Dr<sup>a</sup> Margarida Kunsch, em entrevista aos alunos da disciplina de PTJ 2: “Eu fico muito feliz em saber que são justamente alunos do curso de

RP que estão liderando essa representação”. A doutora vê como positiva a participação de jovens estudantes nesse meio, por formar novas lideranças. Para ela, a atuação do profissional deve abranger todos os níveis.

Já o coordenador do curso de Relações Públicas na FIC, professor Luciano Alves Pereira, ressaltou a relação da universidade com o centro acadêmico, bem como sua relevância: “o centro acadêmico se propõe a fortalecer os movimentos estudantis e o espaço para as manifestações críticas de forma organizada e sistêmica”. Para ele, o CA representa o foro legítimo de discussão das propostas dos alunos, de suas reivindicações para a universidade e nas questões políticas, tanto de política interna (FIC), mas também da política do presente momento histórico. Segundo ele, “sua importância é indiscutível, vital, propícia para o crescimento e autonomia dos estudantes em seu próprio ambiente”. O coordenador ainda relembra da participação do CA no planejamento estratégico da FIC, principalmente na área de interesse dos alunos, como atividades de entretenimento, de pesquisa e atividades de projetos de extensão.

Muitos se perguntam o motivo pelo qual o CARP surgiu após 40 anos da existência do curso na FIC e, esclarecendo essa dúvida, o coordenador do curso de Relações Públicas diz que: “a evolução de DACOM para o CA de RP foi necessária

e amadurecida na medida em que a FIC recebeu mais cursos e se fortaleceu”. Para Luciano, as questões próprias do curso são melhor discutidas quando se tem uma representação específica para ele. Além disso, essa representatividade ajuda os alunos ingressantes, que são aqueles que ficam mais deslocados no início, pensa o coordenador: “Nos últimos dois anos, evidenciou-se a preocupação do CA com a recepção desses alunos e de orientá-los de forma respeitosa, promovendo o envolvimento com a universidade”.

Por fim, Luciano avalia a atual gestão do centro acadêmico: “foi muito importante para mim receber a visita do presidente do CA logo na primeira semana da minha coordenação, isso mostra proximidade, reivindicação, desejo de participação, de envolvimento com as políticas internas”. O mais interessante dessa gestão, segundo Luciano, é a mediação e a liderança do presidente ao conseguir envolver os alunos nos assuntos da FIC. “O CARP está em um bom caminho”, finaliza.

Percebe-se, então, que a presença de um Centro Acadêmico é importante. Essa representação ajuda na construção de um relacionamento saudável desde o primeiro período, dando as “boas-vindas” aos ingressantes e sua importância se prolonga por toda a vida acadêmica, fazendo com que os alunos possuam seus próprios espaços e se fortaleçam não só em questões acadêmicas, mas também na vida.



# Expectativas da FIC para a nova gestão

Por Amanda Araújo, Bárbara Caroline, Juliana Alves e Thais Rodrigues

No dia 5 de dezembro de 2016, a FIC - Faculdade de Informação e Comunicação foi palco da posse da nova diretora da unidade, a prof<sup>a</sup>. Dra. Angelita Lima, que tem como vice a prof<sup>a</sup>. Dra. Andréa dos Santos. Em entrevista ao Perspectiva, os Centros Acadêmicos dos cursos de Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Jornalismo da UFG expuseram suas expectativas para a nova gestão da faculdade.

Os Centros Acadêmicos da FIC percebem que os alunos reclamam das instalações da faculdade, da falta de condição dos equipamentos audiovisuais e sentem falta de professores para a orientação na pesquisa científica. Além disso, os CA's pretendem criar projetos e atividades com o apoio da nova gestão e esperam que a direção seja acessível a todos, que haja diálogos frequentes e atividades acadêmicas de integração entre os cursos.

A visão dos alunos é de que a administração precisa se envolver com os Centros Acadêmicos, empresas juniores, Atlética e demais instituições da faculdade. Para os representantes dos CA's, eles têm o dever de auxiliar os estudan-



Prof. Angelita Lima, Diretora da FIC e prof. Andréa dos Santos, Vice-Diretora.

tes, sendo a mediação entre eles e outros órgãos representativos. Enquanto a direção deve ser administrada com sabedoria, prudência, bom senso, honestidade e, principalmente, com imparcialidade.

## O futuro da FIC

Em resposta aos Centros Acadêmicos, a diretora da FIC, prof<sup>a</sup>. Dra. Angelita Lima, falou sobre os princípios e ações que nortearão a nova gestão da FIC. Angelita é doutora pela Universidade Federal de Goiás em Geografia e professora do Curso de Jornalismo desde 2002. Foi coordenadora do curso por três gestões (2004-2010) e conduziu a reforma curricular de 2004.

**PERSPECTIVA:** Quais princípios nortearão a nova gestão da FIC? Quais são as metas e objetivos para esse mandato?

**ANGELITA:** Os princípios são as definições filosóficas, sociológicas e teóricas. O espírito democrático como princípio para gestão é um preparo para que as diferenças não sejam eliminadas ou se transformem em desigualdade, na verdade, ele faz com que essas diferenças sejam vistas e que se tenha condições de conviver com elas. Participação é outro princípio. Hoje temos o corpo docente, técnico e o discente. Estamos tentando criar a participação dos setoriais. Fazemos reuniões duas vezes por mês com o corpo técnico para perceber não só as demandas es-

pecíficas para o bom desenvolvimento do trabalho do corpo técnico, mas também para que ele diga “talvez se fizermos dessa forma, fica melhor”. Muitas melhorias na FIC ocorrem disso, de um diálogo que você estabelece e consegue medir os conflitos. Com o corpo docente é uma coisa que já vinha da gestão anterior, que são as reuniões com as coordenações de curso; ou seja, enfrentar os problemas e demandas específicas a partir dos diálogos entre coordenações. Além disso, criamos um GT para elaborarmos políticas de ações afirmativas, formado por professores, técnicos e estudantes. Estamos criando a comissão de comunicação para reforma predial, uma demanda bem antiga. Temos uma comissão hoje formada por docentes e técnicos para elaborar uma política de software na FIC. Temos um limite orçamentário e não tem como comprar, mas também não podemos piratear, vamos fazer o quê? Qual é a política que vamos adotar? O princípio da participação permite que você conduza a gestão na sua diversidade e complexidade, apontando problemas. A democracia, a participação, o diálogo, o respeito à diversidade e às diferenças são os princípios gerais da sociedade e são os princípios que devem balizar essa gestão. Sobre as metas e objetivos, temos um problema crônico na FIC que é o prédio antigo e com defeitos estruturais. Temos problemas na rede elétrica, hidráulica e na distribuição do espaço físico. A FIC, quando FACOMB, tinha uma demanda de espaço físico e hoje ela tem outra. Houve constru-

ção dos centros de aulas, chegando lá não encontramos as salas disponíveis para nós. Isso nos mostra que precisamos das nossas próprias salas de aula, senão, em algum momento, vamos ficar sem aulas. Nossas metas são: resolver problemas de espaço físico em curto, médio e longo prazo. Em curto prazo, já cumprimos, deixamos as salas em condições de serem usadas a qualquer hora e dia, com datashow e caixa de som. Em médio prazo, temos questões como os banheiros. Já fomos à Reitoria e esperamos autorização e verba para reformá-los e deixá-los mais adequados ao número de estudantes. Em longo prazo, inserimos no PDI, para até 2022, uma perspectiva de amplia-



“Essa é uma parte em que a comissão de comunicação é muito importante para nós, acredito que a transparência se dá quando você não esconde uma informação. A primeira coisa da transparência é permitir que as informações circulem.”

**ANGELITA LIMA**

Diretora da FIC

ção do Labicom, um auditório maior e uma reforma completa no prédio. Na avaliação discente, os pontos mais fracos que tivemos em 2016.1 foi espaço de convivência e ações afirmativas que, embora a universi-

dade tenha, não são vistas por nossos estudantes. Criamos o GT de ações afirmativas, porque estamos pensando que, na medida em que vamos sendo avaliados, olharemos para o problema e vamos enfrentá-lo. O que não significa apresentar a solução de imediato, mas dar condições para que ele seja enfrentado a médio e longo prazo. Para a reforma do espaço físico temos que ter diálogo com os estudantes, mas tem CA's que estão desativados, CA's que estão com gestões vencidas e não há presença sistemática das representações estudantis nos conselhos diretores. Vamos criar condições. Estamos agora, por exemplo, na reitoria, SEGEC e prédios vizinhos, com o corpo de diretores discutindo a questão do espaço de convivência estudantil aqui no Brioche, os problemas, os desafios e como enfrentá-los. Para quando abriremos as portas oferecermos condições de funcionamento, condições mínimas de segurança e de uma vida civilizada, um espaço de estudo e convivência estudantil.

**PERSPECTIVA:** Como pretende realizar uma administração transparente?

**ANGELITA:** Essa é uma parte em que a comissão de comunicação é muito importante para nós, acredito que a transparência se dá quando você não esconde uma informação. A primeira coisa da transparência é permitir que as informações circulem. Temos que fazer nosso site ser o centro dessa circulação de informação, o

fundamental tem a ver com o princípio da participação, porque quando você centraliza tudo em uma pessoa, é difícil a informação circular.

**PERSPECTIVA:** De que forma os CAs poderão participar da atual administração?

**ANGELITA:** Esse passo na relação com os estudantes organizados ainda não foi dado, porque quem organiza não é direção. Quem organiza os estudantes são os estudantes. Já conversei com a nova direção da Atlética, discutimos as questões que são interessantes em relação a ela e questões que são conflituosas. Agora, com a comissão de reforma e a vinda dos estudantes para representar seus cursos nessa discussão vai demandar do movimento estudantil ou da comunidade estudantil da FIC um pouco mais de participação. Estamos vivendo um momento de crise, de corte de orçamento (mais de 40%) em relação ao ano pas-

sado, mais 20% de contingenciamento e, justamente agora, é possível que os conflitos aumentem porque as demandas vão aumentar.

**PERSPECTIVA:** Como você pretende estreitar relações com a comunidade externa e com outras unidades acadêmicas?

**ANGELITA:** Temos feito reuniões com as outras unidades - com os diretores, porque temos problemas em comum. Discutimos questões específicas, como por exemplo, a ocupação do pátio com atividades acadêmicas integradas. Recentemente, a FIC foi convidada para participar, junto ao CIDARQ, de um projeto de fotografia e, na EFCF, uma turma participa do projeto politizar. Conversamos com a TV UFG e a Rádio Universitária sobre a possibilidade de um convênio com a Assembleia Legislativa. Esse é outro tipo de relação externa, feita através de convênios, parcerias e ações conjuntas. Existe um terceiro tipo que é muito importante, que é colocar as nossas pesquisas, ações e conhecimento à disposição da comunidade. Mas também não é a diretora que faz isso sozinha, precisamos ser uma unidade acadêmica que produz pesquisa, projetos de extensão, conhecimento, opinião, leitura da realidade para oferecer isso.

**PERSPECTIVA:** Os alunos de toda a FIC sentem falta de algo que os integre e os faça trabalhar juntos. Como pretende mudar isso?

**ANGELITA:** Eu não tenho a

resposta se tivesse já haveria feito. Primeiramente tem que ser dito o que seria esse algo. É um festival? São todos os alunos da FIC? Estamos no momento de dar aquele passo em que deixo de ser corporativo do meu curso, da minha linha de pesquisa ou do meu orientador e sou capaz de atuar nessa perspectiva? Se eu tivesse na manga a ação que resolvesse esse problema, era só marcar

“O papel da direção é acolher e, a partir disso, ver o que é possível e como a gente implementa. A direção não convoca estudantes e, se convoca, perde-se o caráter participativo.”

**ANGELITA LIMA**

Diretora da FIC

“Mas também não é a diretora que faz isso sozinha, precisamos ser uma unidade acadêmica que produz pesquisa, projetos de extensão, conhecimento, opinião, leitura da realidade para oferecer isso.”

**ANGELITA LIMA**

Diretora da FIC

o evento - se fosse um, que a coisa aconteceria. Para fazer algo que integre a FIC, os estudantes tem que minimamente conversar e não é a direção que vai fazer isso. O papel da direção é acolher e, a partir disso, ver o que é possível e como a gente implementa. A direção não convoca estudantes e, se convoca, perde-se o caráter participativo. Tudo isso precisa acontecer no tempo certo, a atitude tem que vir dos dois lados, se não vira uma gestão autoritária. O compromisso é não fechar o diálogo.



# Quatro décadas de Relações Públicas na UFG



FIC - UFG  
RELAÇÕES  
PÚBLICAS

*Por Carolina Fava, Eduardo Roque, Juliana Sousa, Laura Oliveira e Nicole Chalella.*

Os primeiros cursos de Relações Públicas surgiram no final da década de 1960 nas Escolas de Comunicação. Na Universidade Federal de Goiás, ele foi criado em 1975, sendo o único em uma instituição pública federal do Centro-Oeste brasileiro. Com a comemoração dos seus 40 anos na UFG, o curso de Relações Públicas teve uma conquista importante: com a proposição das novas Diretrizes Curriculares Nacionais, ele deixou de ser uma habilitação de Comunicação Social e consolidou a sua migração para a condição de graduação autônoma. A proposta de reformulação da matriz curricular trouxe como principais mudanças a inserção do estágio curricular obrigatório, com a orientação dos docentes, o aumento das horas totais para a integralização do curso, o que permitiu a inclusão de componentes curriculares essenciais à formação, contemplando elementos atuais voltados para o mercado digital, com ênfase nas relações com a mídia e em

estratégias de relacionamento nas mídias digitais.

Para celebrar as quatro décadas das Relações Públicas na UFG, convidamos o ex-coordenador do curso, professor Dr. Claudomilson Fernandes Braga e o atual coordenador, professor Luciano Alves Pereira, para contar ao Perspectiva um pouco da trajetória do curso, dificuldades encontradas e realização de novos projetos. Ao final, a professora Ms. Carlise Nascimento e a ex-aluna da FIC, Camilla Brasileiro, expõem sua visão sobre o mercado de trabalho, contam suas experiências e dão dicas aos graduandos. Confira:

**PERSPECTIVA** - Quais foram as principais mudanças do curso de Relações Públicas durante esses 40 anos?

**CLAUDOMILSON FERNANDES** - O curso da UFG surgiu em um momento em que as habilitações em RP tiveram um “boom”. O país vivia a ditadura, onde os militares precisavam da comunicação para se manter no po-

der e os políticos que resistiam a esse golpe também precisavam dela para desestabilizar o regime. O curso surgiu como um conjunto de habilidades para lidar com esse momento de transição do país. Com a redemocratização, ele precisou se reinventar. Então seguimos para uma área importante: o âmbito das organizações, sobretudo a comunicação organizacional. Saímos do poder central e fomos para o mercado. Com o surgimento da internet, houve uma mudança de regras e nos reinventamos novamente. O curso continua com uma pegada de mercado, mas agora com foco na tecnologia. Surgem, então, as mídias sociais, as pesquisas e a gestão de redes sociais, disciplinas que tentam dar aos alunos um olhar mais apurado sobre o que o mercado está querendo. Então, além de continuarmos com emprego no governo, nas grandes organizações, e, na medida do possível, na pequena e média empresa, surge um novo mercado que são os gestores de conteúdo de



*Prof. Dr. Claudomilson Fernandes Braga*

mídias sociais, que é um nicho totalmente aberto e que está apenas começando. O curso tenta se reinventar a cada década e cada vez mais ele tem que se ajustar à burocracia com novos projetos, disciplinas e professores.

**PERSPECTIVA** - Quais as principais mudanças no projeto político pedagógico de RP?

**CLAUDOMILSON FERNANDES** - Tínhamos a intenção de refazer o currículo e modernizar a matriz, então, em 2013, uma diretriz do MEC nos obrigou a mudar e achamos genial. A grande surpresa, porém, foram as regras impostas. A mudança radical é a carga horária, que sofreu uma ampliação dramática. Colocamos nas disciplinas tudo sobre mídias, identidade e imagem, porque entendíamos que esse era o momento. Atualmente o curso de RP é seguramente consolidado, reconhecido e extremamente procurado, tanto que houve uma grande demanda para ele em 2016, sendo 50 vagas para o SISU e 18 transferências dentro da universidade.

## Nova coordenação e o futuro do curso de RP na UFG

**PERSPECTIVA** - Quais são os projetos para o curso de RP durante sua gestão?

**LUCIANO PEREIRA** - Em um primeiro momento, pretendo dar continuidade ao bom trabalho executado pela gestão anterior e consolidar a proposta do novo projeto político pedagógico. Nosso desejo é adequar a formação dos nossos alunos às novas tecnologias, ampliando e melhorando também o processo de construção dos relacionamentos dentro da organização e dos seus públicos. Outro objetivo é o de tornar mais claro para a sociedade a relevância do RP para o mundo contemporâneo. Assim, quando nossos alunos se formarem, eles estarão seguros da sua capacidade profissional e confiantes naquilo que eles podem exercer como função e como atribuição.

**PERSPECTIVA** - Quais medidas a nova diretoria da FIC pode realizar com relação ao curso de RP?

**LUCIANO PEREIRA** - O primeiro grande apoio da nova diretoria para o curso foi a consolidação do processo de dedicação exclusiva dos professores, o que possibilitou uma ampliação na capacidade de ofertarmos um ensino de qualidade através da maior disponibilidade desses docentes. Além disso, ela tem apoiado a implementação e a manutenção dos nossos laboratórios e tem a proposta de vinculá-lo com os projetos de extensão e pesquisa interdis-

disciplinares da FIC, o que é extremamente importante para o crescimento e aperfeiçoamento na formação acadêmica. Também há ações propostas pela direção que visam melhorar o alcance das publicações, a divulgação da graduação e os processos de comunicação interna por meio da criação da assessoria de comunicação. Se essas medidas forem bem conduzidas ao longo dos quatro anos da direção, elas proporcionarão uma ajuda imensurável para o curso.

**PERSPECTIVA** - O que o curso pensa das ações de pesquisa e extensão para a área?

**LUCIANO PEREIRA** - Elas são uma prioridade. Buscamos fortalecer os laboratórios do curso e estamos montando a sala de grupo focal para que os alunos e professores tenham um ambiente adequado para prática de pesquisas qualitativas. Com a iniciativa de alguns professores do curso de RP, está sendo estruturado o laboratório de mídias sociais, que procura envolver os alunos da graduação e do mestrado, monitores



*Professor e atual coordenador do curso de Relações Públicas, Luciano Alves Pereira*



e professores para a produção de pesquisa a respeito das diversas temáticas que tem pautado a nossa sociedade atualmente. Pretendemos ampliar a parceria com a TV e com a Rádio Universitária, que são meios de comunicação que podem nos auxiliar e ser campos férteis para os projetos de pesquisa e extensão. Além disso, estamos catalogando e criando nosso banco de dados para ofertar um repositório da nossa produção intelectual, como estudos realizados por docentes e discentes, trabalho de conclusão de curso etc. Isso vai proporcionar um maior nível de visibilidade da nossa produção e vai incentivar a criação de novos projetos por meio da discussão permanente sobre a vocação do curso e a definição dos eixos temáticos onde nós atuaremos.

**PERSPECTIVA** - Qual é o futuro do curso de Relações Públicas na UFG?

**LUCIANO PEREIRA** - Nós buscamos ser referência na capacidade de análise crítica da sociedade, dos aspectos econômicos, políticos e culturais. Formamos alunos que serão comunicólogos, especialistas em público, na opinião pública, na elaboração e implementação de diagnósticos, prognósticos, de estratégia e política de comunicação e avaliação de resultados. Esse futuro na UFG está intrinsicamente ligado àquilo que nós podemos ser dentro da sociedade e do mercado de trabalho. Com certeza, nos próximos anos, o curso de Relações Públicas vai se consolidar como referência na

capacidade de fornecer profissionais extremamente qualificados para enfrentar os novos desafios que a comunicação possui dentro desses cenários que estão sendo construídos. Estamos caminhando para um futuro bem promissor.

## **O Relações Públicas no atual mercado de trabalho**

As oportunidades no atual mercado de Relações Públicas são diferentes de quando a professora Ms. Carlise Nascimento se formou na FIC. Naquela época, em 2006, a grade ainda era anual e focava muito no campo da teoria. Segundo Carlise, o Relações Públicas é, hoje, um profissional extremamente necessário para as empresas, por ser o agente que gere e fortalece a imagem da organização, principalmente quando ocorre crise ou conflito. Ela acredita que o profissional deveria se chamar Gestor de Relacionamentos, pois “ele tem que se relacionar muito bem, comunicar o que é a empresa que representa, qual o posicionamento dela acerca de tudo o que acontece na atualidade e deve fortalecer a reputação da organização fora dos veículos de massa e propaganda, pois as pessoas confiam mais em um amigo do que na imprensa ou na publicidade”. A professora acredita que trabalhar com imagem corporativa seja atualmente o principal mercado para RP, pois ele envol-

ve todo o público interno e as pessoas que estão diretamente em contato com o consumidor final. Outro nicho de mercado que ela identifica como crescente é o de gestor da reputação de profissionais liberais: “definimos para quem e como esse profissional se direciona, mantemos uma identidade e firmamos aquela pessoa como uma marca importante no segmento onde ela atua”.

Camilla Brasileiro, ex aluna de Relações Públicas pela UFG, conta que, durante a sua graduação, realizou estágio de um ano no Castro's Park Hotel e, a partir do mesmo, foi efetivada pela empresa. Apesar de não ter passado por adversidades para ingressar no mercado de trabalho, Camilla deixa claro ter sido uma das exceções, pois viu muitos dos seus colegas de profissão ter dificuldades em ser contratados pela primeira vez. Seu conselho para o aluno que vai entrar no mercado é: “proveite o período em que está na faculdade para estagiar e descobrir se está na vertente que gosta. Se dedique ao máximo para aproveitar a oportunidade de se fixar na empresa. Faça cursos, esteja presente, mostre sempre dedicação e entusiasmo, faça a diferença e, principalmente, traga resultados! Esse é o diferencial que pode destacar no mercado”. Ao final do curso de graduação, Camilla emendou um MBA em Marketing e Inteligência Competitiva pelo IPOG, onde se desenvolveu ainda mais na realidade empresarial. Atualmente, trabalha como gestora de mídias digitais e é professora na área de Marketing Digital.

# O diferencial do profissional liberal em Goiânia

Por Amanda Lôbo e Giovanna Machado

O exercício profissional na área de Relações Públicas está comumente relacionado com a função de atuar em assessorias de comunicação em empresas públicas e privadas, mas a necessidade do mercado é mais abrangente. A importância de se criar um diferencial de imagem e relacionamento também está presente na atuação de profissionais que são sua própria marca e o seu principal valor é a credibilidade com os públicos. Formado em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás, Carlos Martins já acumula experiência com a organização estratégica e operacional de eventos para instituições públicas, como o Ministério da Saúde, além de atender 45 empresas por meio do programa Agente de Locais de Inovação do SEBRAE. Ele também presta serviços de gestão de marcas para pequenos e micro empreendedores.

A partir da experiência profissional de Carlos, o Perspectiva o entrevistou a fim de saber sua opinião a respeito do desenvolvimento da área de Relações Públicas na região centro-oeste. Confira:

**PERSPECTIVA:** Dentre as possibilidades de atuação que as Relações Públicas oferecem,

foi difícil escolher ser um profissional liberal? O que te levou a essa escolha?

**CARLOS:** Acredito que não tenha sido “escolher” atuar como um profissional liberal, mas sim começar, de fato, a atuar. Perder o medo e começar a trabalhar por conta própria, assumindo riscos, contratos e compromissos foi o maior desafio. O que me levou a optar por essa forma de atuação foi quando percebi que este podia ser o passo inicial para eu criar o meu próprio negócio. As pessoas acreditavam no meu trabalho e queriam ser ajudadas por mim. Como era mais de uma empresa que havia me dado essa oportunidade, optei por este modelo de assessoria/consultoria, onde consigo estar presente em diversas empresas, orientando-as simultaneamente.

**PERSPECTIVA:** Você poderia nos contar sobre como é o mercado de trabalho em Goiânia para um profissional liberal e falar sobre sua rotina?

**CARLOS:** O mercado de trabalho para um profissional liberal em Goiânia ainda tem um foco muito forte na realização de projetos pontuais, como campanhas promocionais, eventos e divulgação em geral. Quando o profissional de RP/Comunicação consegue se colocar no

mercado mostrando a importância de outras ações, como melhorias de fluxos de comunicação interna ou, ainda, em treinamentos, assessorias personalizadas, entre outras atividades, este profissional abre outros horizontes para sua atuação. As empresas com características muito familiares, característica da cidade, fazem com que o Profissional Liberal tenha que desdobrar sua criatividade para ser inovador em um mercado ainda muito tradicional.

Quanto à minha rotina, ela se dá praticamente por constantes visitas às empresas que atendo. Durante este momento, estar 100% com cada empresário, ouvindo o que ele tem a dizer e se colocando à disposição para ajudá-lo é o passo inicial que dou para avançar no diagnóstico de uma empresa ou de um departamento. Por mais que um profissional foque em uma área de atuação, como um profissional liberal, é preciso conhecer toda a empresa, sua cultura e funcionamento. Quanto mais sistêmica for sua compreensão sobre o lugar em que trabalha, melhor será o resultado de suas ações. É preciso, ainda, acompanhar os clientes em reuniões de fechamento de parceria, em reuniões com agências ou quando os mesmos são convidados para algum evento importante, que pode trazer algum tipo de

prestígio para a empresa. O trabalho home office é muito importante e demanda muita transpiração intelectual, buscando soluções que ajudarão cada empresa a melhorar.

**PERSPECTIVA:** O curso de Relações Públicas da UFG serviu para você se tornar esse profissional ou você teve que buscar outros conhecimentos (cursos, especializações) fora da Universidade?

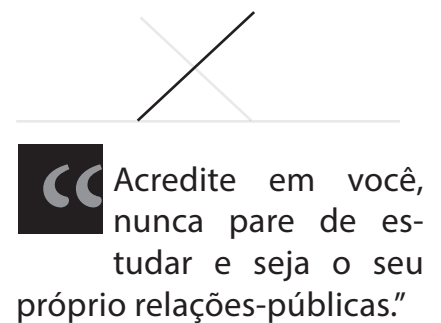
**CARLOS:** O curso na UFG foi sim uma base sustentadora, apesar de seguir ainda uma metodologia com uma abordagem bastante teórica, o que não deixa de ser importante; muito pelo contrário, a teoria sempre me ajudou a encontrar soluções fundamentadas e com riscos menores de erros. Mas tenho percebido, desde quando me formei, que as novas propostas para o curso estão cada vez mais focadas no mercado e em negócios. Isso me anima, porque é isso que precisamos desenvolver. Porém, tive sim, e continuo buscando, novas formas de conteúdo e conhecimento. Fiz cursos rápidos on-line, alguns gratuitos, outros não; cursos mais completos em outras cidades, como São Paulo; além de inúmeras palestras e diversas participações em eventos. Conhecimento nunca é demais, o mais importante é criar um fluxo de conhecimento a ser adquirido para atuar

naquilo que você quer. Um planejamento de carreira. Isso lhe permitirá ser mais assertivo na hora de escolher o que cursar. Não aconselho graduações ou especializações apenas para ter um currículo cheio. É preciso gostar do que se estuda. E vivenciar isso. Quando você consegue aplicar o que estuda atendendo um cliente, uma empresa, esse conhecimento não mais se perderá.

Hoje faço um MBA com foco em Gestão Organizacional e uma Especialização em Processos e Produtos Criativos. Ambos os cursos me servem diariamente para melhorar minha atuação profissional. A leitura em portais também é muito importante. Escolha portais do seu segmento de atuação, confiáveis e leia-os com frequência, além do jornal de sua cidade, que podem trazer inúmeras informações importantes. Por fim, não esqueça do inglês. Aperfeiçoe-o sempre.

**PERSPECTIVA:** Você tem alguma dica para quem deseja ingressar nesse meio?

**CARLOS:** A minha dica para quem quer ingressar neste mercado é: acredite em você, nunca pare de estudar e seja o seu próprio relações-públicas. Cuidando de si mesmo com a mesma dedicação e planejamento com que se cuida de uma empresa, é possível sim atuar e se destacar no mercado.



“Acredite em você, nunca pare de estudar e seja o seu próprio relações-públicas.”

**CARLOS MARTINS**  
Relações Públicas



## Você já olhou para os lados hoje?

Daniele de Lima da Silva

A maioria das vezes em que eu estou prestando atenção na conversa das pessoas, elas sempre estão falando de algo que viram no Facebook, no Twitter da vizinha ou no Snapchat<sup>1</sup> do dentista da afilhada da sua prima. Frequentemente, meus amigos me noticiam sobre suas novas amizades e paqueras nascidas através do aplicativo Tinder<sup>2</sup>. Nada contra o Tinder, inclusive eu conheci meu atual namorado por lá também. Percebe?

Cada semana tem uma série diferente sobre a qual as pessoas não param de falar. Existe a possibilidade de este texto ter a seguinte reação: “isso é tão Black Mirror<sup>3</sup>”. Talvez outras pessoas se chateariam na metade da leitura e voltariam a curtir fotos no Instagram que mal olharam. Mas, para esse tipo de pessoa, eu mesma faço um pedido: olhe a foto por pelo menos quatro segundos, por favor, você não sabe quanto tempo eu demorei pra encontrar esse ângulo. Percebe?

Tem a probabilidade de, após esse texto ser lido, ele se tornar um tema de vídeo no Youtube com o título: “Os indivíduos só sabem reclamar da internet e desta geração”. Mas não é nada disso, eu faço parte dessa geração, tenho até uma rede social que eu uso para reclamar das outras redes sociais.

Porém, ultimamente, eu tenho sentido falta de conversar com as pessoas sobre assuntos que não foram originados de uma tela, aquela que está sempre na sua mão ou no seu bolso ronronando. Tenho saudade porque existem vários acontecimentos extraordinários e comuns ao nosso redor, dignos de horas de prosa ou de apenas um olhar e nós não percebemos. Paisagens urbanas e naturais esquecidas que só são lembradas no momento da fotografia e no instante em que o primeiro coraçãozinho imaginário brota da tela.

Precisamos nos perceber no mundo, lembrar que existimos além destas projeções de nós mesmos nas reações não condizentes com a realidade, além das reclamações teatrais ultrarromânticas, dos risos longos e silenciosos e das histórias vistas por milhares, mas que não são escritas por nós. Mundo esse que existe em 360°, é interativo, 3D (Terceira Dimensão) e HD (High Definition - Alta Definição) e mesmo não possuindo filtro algum, ele pode ser exuberante.

<sup>1</sup> *Snapchat: Aplicativo de mensagens através de imagens para smartphones.*

<sup>2</sup> *Tinder: Aplicativo de encontros através de combinações entre dois usuários com alguns interesses em comum.*

<sup>3</sup> *Black Mirror: Seriado produzido pela Netflix que possui contos de ficção científica que refletem o outro lado das telas e da tecnologia.*

# Graphein

*Amanda Gontijo Paiva*

Não somos mais que porcelana; rachamos, trincamos e, por vezes, quebramos. Mas como mudar é uma das características mais tangíveis do ser humano, juntamos os pedaços e seguimos em frente. Até quando pode durar esse frenesi? Vai depender de cada um.

Sabe, isso aqui é só mais um dos meus desvarios, sofro de uma doença que vez por outra acomete alguns insanos. A escrita é meu mal, minha sina, meu vício; ela é essa bem/maldita enfermidade da qual sou vítima, indefesa.

Não tem cura, é um mal irremediável. De terreiros à consultórios, essa alma atormentada que vos fala, já percorreu corredores, portas e em um ato extravasante de agonia até uma janela, a cara da psiquiatra, senhor, é memorável.

Os sintomas são de uma pontualidade britânica. Começa com o tédio, depois o jazz cozido ao blues da autoridade às linhas tortuosas de pensamento, a mão atrai algo que escreva como o ímã atrai metal, o papel é percorrido insaciavelmente, como quem pega um raro charuto, o objeto que dará continuidade ao meu inquieto hábito, desliza entre meus dedos ansiosos.

Quando o ato infame começa, é quase como se apaixonar pela primeira vez, sentir o cheiro da chuva na terra, se arrepiar com uma brisa fria.

Delicioso? Então porque chamar tal prazer de doença? Por que o prazer inicial, nunca será capaz de superar a angústia de sangrar segredos por páginas ao léu. A dor da solidão sussurrando, ao pé do ouvido, toda a estranheza do escrever, é intragável.

Padeço e assim amanheço, enxergando esse mundo, a partir da ótica dessa moribunda poética pretensiosa que sofre de uma sensibilidade excessivamente profunda, traduzida em palavras grafadas.



# Uma questão de responsabilidade

\* Wildson Messias



*Grupo de estudantes colhendo frutos no Centro Agroecológico - CDA - UFG. \**

*Por Felipe Bueno, Fernanda Almeida e Wildson Messias*

Atualmente surgiram novos modelos de relações entre a sociedade e o mercado que, aliados ao crescente uso do marketing social, evidenciam a convergência dos interesses das organizações e das comunidades, apontando a necessidade da responsabilidade social.

Mas, afinal, o que é a responsabilidade social? Em uma definição simples, a responsabilidade social é uma decisão voluntária de empresas que buscam contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e de um ambiente mais limpo. Essa nova atitude está transformando os moldes do mercado e de nossas vidas.

Tal entendimento está conectado ao fator mercado-

lógico, visão reforçada pela professora Divina Marques, do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás, que afirma: “é preciso tomar consciência de que cuidar do meio ambiente é uma questão de sobrevivência do ser humano e da própria economia, na medida em que o meio ambiente é sinônimo de matéria prima para a indústria”, além disso, “a diminuição dos impactos de suas atividades no meio ambiente diminuem custos e angariam a simpatia da opinião pública”.

Diversos funcionários da UFG tentam conscientizar os estudantes da importância da responsabilidade social. Um meio para essa conscientização é aproximar os alunos das atividades sustentáveis da universidade.

## Alguns projetos de sustentabilidade social associados à UFG

Há vários projetos disponíveis para a participação de estudantes em atividades de Responsabilidade Social na UFG, dentre eles:

*Cooperativa Agropecuária da Região do Distrito Federal:* com a visão de que toda empresa deve estar sintonizada com as demandas da sociedade, a COOPA/DF, desde a sua fundação, participa de projetos sociais como apoio ao desenvolvimento comunitário nos núcleos rurais de abrangências dos associados e possui vínculo com a UFG.

*Embrapa Arroz e Feijão:* vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abas-



tecimento (MAPA), foi fundada em 1974 e integra o Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA). Aceita estudantes de diversas áreas de estudo para estágio e é voltada ao desenvolvimento de investigações científicas e tecnológicas relacionadas às atividades agropecuárias.

*Centro Agroecológico CDA UFG:* coordenado pela professora Gislene Ferreira, o projeto traz a oportunidade de alunos e professores plantarem e colherem produtos orgânicos para consumo próprio.



\* Wildson Messias

*Frutos e verduras expostos para secagem no Centro Agroecológico - CDA - UFG. \**

## Plano de Sustentabilidade da UFG

As atividades da UFG são regidas por um plano de logística sustentável (PSL), que visa a prática eficaz de uma política de sustentabilidade. Postura crucial na atualidade, pois a otimização do uso de recursos ambientais está em sintonia com a reflexão a respeito da adoção de práticas que promovam o desenvolvimento econômico em equilíbrio com as necessidades da Terra.

Dentro de uma universidade, a estruturação de um plano como o PSL é fruto do trabalho em equipe, formada por representantes profissionais e acadêmicos de várias áreas de conhecimento, com o propósito de identificar os pontos críticos e propor ações para tornar a universidade mais consciente e sustentável.

A UFG, assim como um número considerável de instituições, está abandonando o individualismo e pensando no co-

letivo e, para tanto, concebeu esse plano de ação com validade de dois anos, com uma previsão de monitoramento contínuo de vários fatores, como o uso racional de água e energia, além do gerenciamento de resíduos, entre outros.

### RESPONSABILIDADE SOCIAL E COMUNICAÇÃO

Cabe ao comunicador tornar a sociedade consciente sobre a responsabilidade social para que haja mudanças. Segundo Dr. Jácomo Borges, da Faculdade de Engenharia Florestal da UFG, esse profissional pode ajudar com “contatos iniciais, palestras, despertar interesses dos públicos, inserção e troca de alunos entre projetos”.

Há um descaso aos projetos de extensão com essas temáticas. Ele lembra que é necessário um esclarecimento prévio dessas atividades, para que sejam bem aceitas pelos públicos, sendo uma atividade

perfeita para os comunicólogos. Responsáveis, segundo a professora Divina Marques, por: “mostrar que ser sustentável não é algo tão distante, nem tão difícil de ser praticado: medidas simples podem mudar para melhor as práticas de uma empresa, instituição ou mesmo a vida de um cidadão”.

É sabido que atividades que visam a sustentabilidade podem ser vistas como custo, entretanto, é possível obter retorno financeiro dessas ações, seja pela potencial economia, ou pela sustentabilidade servir como diferencial competitivo no mercado. Como dito pela professora Divina: “algum investimento precisará ser feito, uns de baixo custo e outros com maior investimento. Mas todos eles se pagarão ao longo do tempo, trazendo retornos financeiros e sensação de dever cumprido”.

# Tagarela: muito mais que uma atlética



Apresentação da Bateria Tagarela no Inter 2017.

Por Daniella Tavares, Gustavo Zenha, Luísa Soares, Renata Beatriz e Victória de Sá

A Associação Atlética Acadêmica de Comunicação e Informação (Tagarela) foi fundada há mais de 7 anos por alunos da então Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, FA-COMB. Atualmente é composta por, em média, 1.000 alunos dos cursos de Relações Públicas, Jornalismo, Biblioteconomia, Gestão da Informação e Publicidade e Propaganda. A Tagarela é uma das maiores atléticas da UFG, sendo conhecida não só pelo meio universitário, como também na cidade de Goiânia, pelas festas universitárias que promove. Oficialmente, a atlética conta com 3 eventos anuais, sendo sua calourada (Caloucom), o que mais obtém alcance de público, chegando a mais de 1.500 pessoas. Além disso, no cenário cultural, a atlética conta com a Bateria Tagarela, que vem subindo ao pódio no inter UFG há três anos e participa de eventos goianos e brasilienses como convidada. Como meta de 2017, a Atlética deseja começar a participar e promover mais eventos comunitários

com uma vertente mais social, visando atingir outros públicos goianos que não sejam, necessariamente, universitários. A atual presidente da Associação Atlética Tagarela, Victória Baptista, também aceitou participar da entrevista ao Perspectiva e contou como estão sendo abordados os projetos sociais esse ano.

**PERSPECTIVA:** A Tagarela realizará eventos sócio culturais?  
**VICTÓRIA BAPTISTA:** Sim, eu acho que as atléticas deixam a desejar nesse quesito, muitas delas focam apenas no esportivo, ou lucro que será revertido em coisas fúteis como produtos personalizados e se esquecem de fazer seu papel social dentro da universidade ou mesmo em seus municípios.

**PERSPECTIVA:** O que, em sua opinião, falta para as atléticas?  
**VICTÓRIA BAPTISTA:** Eu acredito que falte um pouco mais de mente aberta e “visionária”. Os gestores das atléticas não podem pensar apenas em sua gestão, ir embora e achar que tudo vai acabar. A cada ano uma história mais bonita é construída e seria muito bom se tivéssemos um histórico de

eventos sociais que a cada ano pudesse ajudar mais pessoas. Bom, a meta para esse ano é começar e já estamos na ativa!

**PERSPECTIVA:** Você acha que para um evento de cunho social promovido pela atlética também haveria participação estudantil?  
**VICTÓRIA BAPTISTA:** Eu acredito que sim. Na verdade, já estamos conseguindo provar que sim. No fim do mês de maio participamos de uma campanha do agasalho que em apenas 2 dias recebeu centenas de peças de roupas. Além disso, participamos com a bateria de um evento de doação de sangue e no Inter cada atlética doou 3 quilos de alimentos por esporte inscrito a uma instituição de caridade.

Segundo a aluna do 5º período de Relações Públicas, Laura Oliveira (20 anos), é importante participar das atividades de cunho social propostas pela Tagarela. Ela afirma que sempre que puder, estará disposta a ajudar no que for possível. A aluna reconhece que ver a Tagarela tratar tais temas com seriedade, humanidade e compaixão, demonstra que o ambiente universitário nem sempre foca somente em diversão.