

Agradecimentos

A todos quantos me ajudaram e apoiaram!

***“Ninguém consegue triunfar se
a opinião pública não está a seu
favor. Com a opinião pública a
seu lado, ninguém é derrotado”***

Abraham Lincoln

Introdução

Pretende-se com este trabalho *Estatuto do Não Verbal (Proxémica) nas Estratégias das Relações Públicas interpessoais no meio Universitário: O Virtual nas RP da Universidade da Beira Interior*, dar uma panorâmica geral do que se espera das Relações Públicas para a divulgação da Universidade à comunidade estudantil, futuros universitários, e comunidade em geral. O trabalho de comunicações internas através de *news letters*, é também muito interessante.

Assim, debruça-mo-nos sobre a Comunicação Não Verbal por ser esta uma das formas de Comunicação que mais vincula a Universidade da Beira Interior perante a sociedade, tendo em conta a tonalidade da voz, a postura, o vestuário e a relação de proximidade que se mantém entre os interlocutores. Tentaremos também chamar a atenção para as teorias Shannon e Roman Jackson (*La nueva comunicación [17;18]*) que incidem na fórmula:

CONTEXTO
EMISSOR.....MENSAGEM.....DESTINATÁRIO
CONTACTO
CÓDIGO

A Comunicação Não Verbal tem sido objecto de investigação mais aturada desde os finais do século XIX e princípios do século XX. Assim, houve vários investigadores que criaram novos termos como: **“ideias-força”**; **“duplo vínculo”**; **“apresentação de si mesmo”**; **“dimensão oculta”** e **tudo isto se consegue na Escola de Palo Alto**, *La nueva comunicación*, Winkin, Yives, Editorial Kairós, 1987.

Entre estes investigadores há que destacar a Gregory Bateson, Erving Goffman, Edward Hall e Paul Watzlawic.

Edward T. Hall, na sua obra “A Dimensão Oculta”, cria o termo

Proxémica

para descrever as distâncias em que se podem mediar as pessoas que interagem entre si. Referindo-se a esta proximidade espacial cria uma culturalidade bastante específica, em que as posturas não intencionais criam um processo de aculturação. Em vários exemplos, que vão desde as aves, que ocupam um espaço num fio aéreo onde a distância é quase programada ao centímetro – cerca de duas vezes o espaço do seu corpo para ambos os lados -, até às pessoas que querem manter distâncias entre si, enquanto se não conhecem o suficiente. Um dos exemplos é dado por um indivíduo que estando sentado num banco de jardim se afasta para uma das extremidades do mesmo quando outro indivíduo se aproxima para se sentar no dito banco.

Edward T. Hall faz uma diferenciação entre as várias culturas que mantêm espaços pessoais em diferentes padrões. Na cultura latino americana e árabe, essas distâncias são relativamente menores e as pessoas sentem-se mais confortáveis quando estão mais próximas umas das outras. Nas culturas do norte da Europa a situação é inversa.

Os espaços pessoais variam também em função da sua situação social, do sexo e das preferências individuais.

Segundo ainda este autor: "... a própria percepção que o homem possui do meio circundante é programada pela língua que fala, exactamente como um computador..."

Ora com o início do telemóvel apareceu uma situação que até então parecia permanecer oculta. O homem passou a falar em todo o lado, a toda a hora para qualquer local, independentemente da distância. Esta última, a proximidade pública, está patente nas vídeo conferências.

Se até aqui a "Proxémica" estava dentro dos limites do mensurável, a partir daqui vai ser a língua quem vai ditar as regras com as suas metodologias e deferências perante o outro.

Aqui já não é a proximidade física que conta, mas sim as tonalidades e entoações que se dão às palavras, consoante o grau de proximidade íntima, pessoal e pública. Para Paul Watzlawick e John Weakland, *The International View*, citado em "*La nueva comunicación*", a comunicação é um processo social permanente que integra múltiplos modos de comportamento: a palavra, o gesto, o olhar, a mímica, o espaço inter-individual e o tom que se põe na voz.

Se uma proximidade de mais de três metros mantém o indivíduo à distância e, então o seu poder está precisamente distribuído entre o medo da proximidade, porque pode perder o controlo sobre si e sobre o outro; por outro lado, essa distância não permite que haja qualquer gesto de proximidade cúmplice entre ambos os indivíduos.

Juntemos agora à proxémica a tonalidade da voz¹, mais ou menos afável ou distante e temos uma proximidade cortês entre ambos os indivíduos ou pelo contrário cria-se uma aversão mútua, que embora seja a causa de um possível conflito de interesses, mantém a útil disponibilidade para que tenham de se manter em contacto verbal, para além do admissível da convivência forçada a que ambos se submetem de livre vontade. A imagem que cada um dos actores vincula, ou quer vincular, é muitas vezes traída pela necessidade da convivência, indo a distanciação sendo diluída no tempo e já não tanto no espaço.

Na relação íntima, não há distanciação sensorial, mas há ou pode haver uma distanciação intra-pessoal entre ambos, ainda que possam estar unidos por interesses comuns, tais como a satisfação dos sentidos, podendo, no entanto estar perfeitamente ausentes, metidos na sua acção intra-pessoal, deixando o extra-pessoal completamente entre o não verbal sensorial da proxémica da comunicação de intimidade. Aqui até a tonalidade pode estar dissociada da palavra porque as palavras são apenas o começo, por detrás delas está a base sobre a qual se constroem todas as relações humanas; a comunicação não verbal. As palavras têm sido sobrevalorizadas em excesso e não representam a totalidade da mensagem, que pode nada ter a ver com o que se está a passar ao nível dos sentidos, logo a proximidade física pode nada ter a ver com a relação de poder entre ambos, pois os dois actores podem estar a quilómetros de distância um do outro, podendo estar até ligados fisicamente no momento, numa linguagem - não se mede pelo facto de que entendamos bem o que o outro diz, senão o que o outro ponha do seu lado, ambos mudam a acção, com o que formam

1 Nem só de palavras é feito o diálogo. Para que alguém fale, alguém deve escutar. Mais ainda, se a maior parte da nossa comunicação se faz através da palavra, não podemos esquecer que também comunicamos por linguagem não verbal. A expressão do rosto, a tonalidade da voz, o olhar, a posição das mãos, o sorriso, as carícias, o silêncio são formas de dialogar.

Estatuto do Não Verbal (Proxémica) nas Estratégias das Relações Públicas no meio Universitário: O Virtual nas RP

um sistema de interacção e reacção bem integrada -, não verbal e até verbal. Segundo Birdwhistell, "a comunicação é uma comunicação entre duas pessoas, é um acto criativo", em que os gestos e os sentidos nada têm que ver com o que se passa na linguagem verbal inter-pessoal de cada um.

As palavras só são utilizadas quando tudo o resto nos falha.

Objectivos

Sendo esta uma dissertação, pretendemos acima de tudo dar uma perspectiva global do que é, na realidade, e, não esgotar aqui o tema em questão. Os nossos objectivos são essencialmente o de chamar a atenção para o muito que ainda haverá a fazer dentro deste tema que embora restrito, se pretende venha a ser desenvolvido com algumas das questões aqui levantadas.

Este trabalho não pretende esgotar a temática em questão, mas sim abrir as portas para uma dissertação mais elaborada e exaustiva que leve à descoberta de novas possibilidades de que apenas estamos a levantar o véu. Assim, a Estratégia das Relações Públicas da Universidade da Beira Interior terá como objectivo transportar a UBI para fora dos portões da Instituição através do Virtual nas RP, não só pela comunicação verbal e escrita, como também a mais importante, sob a nossa óptica, a comunicação não verbal.

Desenvolvimento

Se contextualizarmos a análise de caso da Universidade da Beira Interior nas Estratégias das Relações Públicas, notaremos que enquanto sistema relativamente fechado, deve ser tratado analiticamente como parte de um todo que se quer integrado e integrante da comunidade envolvente e que para isso terá de fazer passar uma imagem agradável e positiva, tanto para o exterior como para o interior da Universidade da Beira Interior.

Não seria de todo despropositado se tentássemos situar a nossa análise sob um ponto de vista meramente de resultados verificáveis.

A Universidade da Beira Interior e as suas RP devem ser observáveis através da sua eficácia enquanto sistema intencionalmente organizado em actividades de realização de objectivos bem definidos previamente. Se as Estratégias das RP no Virtual da Universidade da Beira Interior, por qualquer razão estão a atingir objectivos fora das estratégias delineadas, isso dever-se-à a que a comunicação não verbal não estará, porventura, a ser correctamente direccionada ao público alvo.

Uma estratégia pode ser considerada efectiva se cada participante dessa estratégia puder exigir dos outros participantes uma

função não verbal que caiba dentro dos objectivos que se pretendem alcançar.

Se pudermos olhar para a estrutura das Estratégias das RP veremos que o seu organograma está disposto em divisões de estatuto horizontal e vertical e dos tipos de relacionamento que cada membro tem dentro das estratégias. Estes elementos têm entre si uma ideia-força que conduz às relações sociais que põem os diversos grupos em que se subdividem em contacto uns com os outros.

Embora a estrutura corporativa tenha as suas vantagens inegáveis, nas estratégias das RP a imagem corporativa deveria ser ocultada, em favor de uma relação inter-pessoal que dê a imagem personalizada da Instituição Universidade da Beira Interior, enquanto entidade privilegiada nos contactos com a comunidade externa., i.e., a Universidade da Beira Interior tem de mostrar uma face visível com quem se possa dialogar e, não uma Instituição fechada sobre si mesma, aparentando uma estratégia de comunicação efectiva, algo indefinida.

Referindo-nos à comunicação não verbal damos maior enfoque ao vestuário e à moda vigente dentro da sobriedade, às questões de gosto, à cortesia e ao decoro, aos meios empregues nesta comunicação tão específica. Devemos notar que todos os factos que possam ser descortinados acerca das estratégias empregues, serão um factor contraproducente aos objectivos que se pretendem alcançar. Muitas metas são inalcançáveis, apenas e só, porque a comunicação se baseou apenas no verbal esquecendo aquela comunicação personalizada que é tão cara aos interlocutores. Nada mais frio que um desdobrável entregue num stand a alguém que poderia estar a tentar estabelecer um contacto mais directo com a pessoa mas que o não consegue pois a distância que é mantida pela RP afasta qualquer hipótese de uma maior aproximação.

Quantas vezes se não vêem os profissionais de RP, alheados com diálogos internos, uns com os outros, enquanto vão distribuindo publicidade numa feira, sem sequer olharem nos olhos as pessoas a quem estão a oferecer os desdobráveis, como há-de qualquer estratégia surtir efeito se não houver contacto físico, um aperto de mãos, um contacto visual, ou uma postura correctamente assumida a fim de dar uma personificação da UBI, de seriedade descontraída aos vários públicos que circulam pela feira, dando assim um vínculo de bem estar e segurança a quem visita o stand da feira.

Esta comunicação não verbal deve sentir-se de modo mais claro no que se refere aos critérios de trabalho. É importante que os outros não se apercebam das estratégias mas que vejam as características e qualidades não imediatamente manifestas do trabalho produzido por um conjunto de pessoas que dão a face pela instituição Universidade da Beira Interior. Por cada estratégia conseguida com êxito está sempre subjacente um trabalho oculto que integra todos os atributos que o espectador vê na feira ou stand da Universidade da Beira Interior.² A imagem que uma instituição como a Universidade da Beira Interior, de um estatuto superior, é capaz de sustentar perante uma audiência e outras instituições com outros estatutos dependerá sempre da forma como as suas RP tiverem ou não capacidade de actuar na limitação do espaço em termos de comunicação com a audiência.³

Os valores culturais da Universidade da Beira Interior, determinarão concretamente o modo de ver dos participantes no Virtual nas RP acerca dos numerosos temas e, ao mesmo tempo, estabelecem um quadro de aparências, se estas forem apoiadas pela comunicação não verbal.

2 Goffman, Erving, *A apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, [281;283], Editora Relógio D'Água, 1993

3 *idem*

Temos assistido a diversos esforços de elaboração de estratégias, visando incluir uma interacção da Universidade da Beira Interior com as escolas secundárias e a personalidade individual de cada potencial aluno e a uma interacção estratégica com o social e a sociedade. Estas estratégias virão sempre a dar resultados a médio e longo prazo. Mas serão estas estratégias correctamente direccionadas aos alunos das escolas que frequentam os últimos anos, ou não serão estratégias incorrectas e indefinidas quando se trazem à Universidade, nos dias da UBI, uma diversidade de potenciais alunos que vão de uma faixa etária dos três aos dezassete anos.

Qual é a estratégia que está subjacente a este *fenómeno*?

Que pretendemos, ao trazer para a Universidade da Beira Interior, nos mesmos dias e às mesmas horas esta diversidade de potenciais alunos desta Universidade?

Não serão estratégias demasiado ambiciosas que depois vão ter efeitos contraproducentes na imagem vinculativa que se quis, porventura, dar a conhecer?

Que qualidades quiseram as RP da Universidade da Beira Interior fazer passar para além duma certa indefinição de quem organizou este evento?

Não foi a imagem de uma certa desconexão de estratégias entre os elementos do grupo das RP que foi transmitida a quem vinha a acompanhar os alunos, quer professores, quer educadoras de infância que trouxeram à Universidade da Beira Interior os seus educandos?

São estes estratagemas, concebidos com a maior das boas vontades, que dão à comunidade, uma imagem da Universidade da Beira Interior menos favorável, sem menosprezo para quem organizou

os Stands e Feiras da Universidade da Beira Interior, assim como os Dias Abertos

Da-mo-nos conta de que é premente uma redefinição do que se pretende transmitir à comunidade académica não só local como nacional.

À interacção social, aqui referida como duas comunidades, a comunidade académica universitária e a exterior, como um diálogo que se quer saudável entre estas duas *equipas*, Universidade da Beira Interior e comunidade exterior, tem de corresponder uma estratégia de RP que não dê azo a uma indefinição acerca do que se pretende, pois é a indefinição que vai ficar gravada na mente dos visitantes; a situação deixará de estar definida, as posições deixarão de ser sustentáveis e os participantes ficarão desprovidos de um mapa de acção⁴.

Podemos definir esta relação estratégica entre a Universidade da Beira Interior e a sociedade através dos Stands e Feiras da Universidade da Beira Interior, como uma relação dinâmica que tem como objectivo intervir no funcionamento entre todos os elementos envolvidos no sistema comunicacional, não descurando a comunicação inter-pessoal como meio rico e privilegiado pois que contém em si, por natureza, a comunicação não verbal, que faz parte da Teoria das Comunicações e da regulação de conflitos entre a comunicação e a informação. A Teoria matemática de Shannon é geral e não aprofunda as relações que se aplicam, sem discriminação, a todas as formas de comunicação, visto que esta Teoria é unidireccional e não tem em conta a acção do receptor sobre o emissor.⁵

4 *ibidem*, *Personalidade-Interacção-Sociedade*

5 Winkin, Yives, *Antropologie de la communication*, Éditions du Seuil, 2001.

Primeiro Capítulo

A Proxémica nas Relações Inter-pessoais

O relacionamento proxémico inter-pessoal baseia-se numa proximidade que pode ir do espaço Íntimo ao espaço Social, sendo que este último é um espaço de não confronto e de protecção, ou de fuga, entre os interlocutores.

Edward T. Hall define quatro distâncias fundamentais:

Distância Íntima

Uma distância mínima e intimista que vai do zero aos quarenta e cinco centímetros, que Hall considera como sendo a proximidade no contacto entre a pele e os músculos; a distância mais afastada em que as mãos estão apenas em contacto, uma proximidade em que a conversa se torna mais íntima.

Distância Pessoal

O espaço radial que o indivíduo guarda em relação aos outros para uma interacção com amigos próximos é de cerca de quarenta e cinco a cento e vinte centímetros;

No modo mais próximo: em que se permite tocar o outro com os braços; a posição/distância depende do relacionamento que os indivíduos têm entre si;

No Modo Afastado: o limite do alcance físico em relação ao outro, i.e., a distância que se guarda habitualmente numa conversação pessoal

Distância Social

Entre conhecidos, esta interação é definida por Edward T. Hall como “limite do poder sobre outrem”, numa distância em que os indivíduos não se tocam e que varia entre cento e vinte e os trezentos centímetros.

Neste item – Distância Social -, Hall refere que o Modo Próximo é adoptado quando algumas pessoas têm de dividir entre si o mesmo espaço de trabalho e em reuniões formais; no Modo Afastado estas distâncias são adoptadas aquando de relações sociais ou profissionais.

Distância Pública

Esta distância é a mais usual e aconselhável para falar em público e situa-se fora do círculo imediato do indivíduo, muito usual em conferências e é sempre acima dos trezentos centímetros. Aqui, o Modo Próximo – relações formais - permite-se uma fuga ou defesa em caso de o indivíduo se sentir ameaçado. No Modo Afastado, é o modo em que o indivíduo não tenha a possibilidade de estabelecer contacto, visto a distância ser maior que o seu círculo.

A Antropologia do Espaço

A Proxémica distingue ainda – na antropologia do espaço -, os espaços distanciais como: térmico; táctil; olfactivo; visual e auditivo.

Hall dá-nos ainda a noção de duas categorias de receptores que define como:

“1. Receptores à distância que se referem aos objectos afastados e que são os olhos, os ouvidos e o nariz.

2. Receptores imediatos, que exploram o mundo próximo, pelo tacto, graças às sensações que a pele, as mucosas e os músculos transmitem.”

Salientemos que nos invisuais⁶ o sentido olfactivo e auditivo estão muito mais desenvolvidos, muito embora, o sentido olfactivo esteja fora da noção perceptiva dos normovisuais e, é inclusive desapercibida no consciente dos invisuais; o sentido auditivo nos invisuais funciona muito como um sonar que permite ao invisual saber, depois de algum tempo, onde estão os objectos e como se aproximar ou afastar deles. O sentido térmico é comum a todos os indivíduos, no entanto, o invisual é muito mais sensível a este “sentido” que os outros indivíduos.

⁶ “... uma excepção maior é a fornecida pela actividade auditiva do cego, que aprende a seleccionar as altas frequências acústicas de modo a localizar os objectos que o rodeiam.” Edward Hall

Assim desta panóplia de sentidos nasce uma cornucópia de riqueza sensorial que vai muito para além do que conceptualizámos dos cinco sentidos. Apercebe-mo-nos ainda que não podemos apenas distinguir, na proxémica, os sentidos mais básicos sem nos darmos conta de que o espaço é uma fronteira⁷ delimitada pelos nossos órgãos sensoriais⁸.

Existe uma certa semelhança comportamental entre os animais estudados nos habitats naturais ou ambientes controlados e os humanos que convivem em ambientes fechados ou confinados em espaços exíguos, tais como os *ghettos*, entrando assim numa espiral de promiscuidade e agressividade a que o antropólogo Edward T. Hall deu o nome de cloaca social.

O espaço definido por este antropólogo para que o ser humano se possa desenvolver em condições satisfatórias, varia entre os dez e os catorze metros quadrados.

Na antropologia do espaço e nas relações inter-pessoais, assim como nas relações sociais, a linguagem não verbal tem um papel predominante sobre o verbal. Podemos aqui fazer uma analogia com as estratégias adoptadas pelas Relações Públicas em que uma relação “face a face” é primordial a fim de que se possa olhar olhos nos olhos os interlocutores, dentro dos parâmetros europeus, isto é, no sentido em que os espaços: táctil, auditivo, visual e olfactivo, se misturem num cromatismo de sons e imagens de uma riqueza não verbal, só superada pelo mesmo tipo de linguagem no mundo asiático e árabe.

Agora juntemos à proxémica a tonalidade da voz, mais ou menos afável ou distante e temos uma proximidade cortês entre ambos os

7 “Esta é a Era onde a última fronteira não é os espaço, mas a Mente.” Fred Alan Wolf

8 “... No mundo, o que percebemos não é nunca a sua realidade, mas apenas a repercussão das forças físicas sobre os nossos órgãos sensoriais.” F. P. Kilpatrick - *Explorations in Transactional Psychology*.

indivíduos, ou pelo contrário cria-se uma aversão mútua, que embora seja a causa de um possível conflito de interesses, mantém a útil disponibilidade para que tenham de se manter em contacto verbal, para além do admissível da convivência forçada a que ambos se submetem de livre vontade. A imagem que cada um dos actores insere, ou quer inserir, é muitas vezes traída pela necessidade da convivência, indo a distanciação sendo diluída no tempo e já não tanto no espaço.

Na relação íntima, não há distanciação sensorial, mas há ou pode haver uma distanciação intra pessoal entre ambos, ainda que possam estar unidos por interesses comuns, tais como a satisfação dos sentidos, podendo, no entanto estar perfeitamente ausentes, metidos na sua acção intra pessoal, deixando o extra-pessoal completamente entregue ao não verbal sensorial da proxémica da comunicação de intimidade. Aqui até a tonalidade pode estar dissociada do real, que pode nada ter a ver com o que se está a passar ao nível dos sentidos, logo a proximidade física pode nada ter a ver com a relação de poder entre ambos, pois os dois actores podem estar a quilómetros de distância um do outro, podendo estar até ligados fisicamente no momento, numa linguagem não verbal autêntica, em que as palavras, os gestos e os sentidos nada têm que ver com o que se passa na linguagem inter-pessoal de ambos os actores.

Tomemos como exemplo uma reunião social em que os convidados não se conhecem e vão aparecendo de modo formal. A pouco e pouco vão-se socializando através de uma linguagem sensorial⁹ de afinidade que de algum modo os faz aproximarem uns dos outros, criam assim mini grupos de duas¹⁰ ou três pessoas e o “degelo” pode começar com algumas frases triviais, tais como o desporto ou o tempo, que não passam de lugares comuns, evitando-se ao máximo temas mais

9 O professor Birdwhistell, tal como Margareth Mead, demonstrou que os movimentos corporais não estão programados pela biologia, mas sim pela cultura.

10 Birdwhistell, Ray “in La nueva comunicación”, Editorial Kairós, Barcelona, 1982, [313; 314]

polémicos como política e religião, isto deve-se sobretudo, a que os intervenientes estão a sondar-se mutuamente e a tentar perceber a linguagem não verbal uns dos outros. O ornato do não verbal, com fins persuasivos, pode perfeitamente estar conjugado entre o inter pessoal real e, o extra pessoal persuasivo. Estas duas linguagens¹¹ são consonantes em determinado momento até à concretização do intento de um sobre o outro. Ambos pretendem uma linguagem consonante enquanto o não verbal faz uma perfeita dissonância, no entanto, em consonância com o inter-pessoal. Ambos os actores estão consonantes nos seus intra pessoais intentíficos¹², tendo até um prazer intenso no jogo extra pessoal, pois os intentos são os mesmos, mostrando cada um uma persuasão sobre o outro parecendo até paradoxal, visto a proxémica estar reduzida à distância média.

Não quer isto dizer que não estejam em sintonia com a linguagem de proximidade ou também de sedução subtil que pode nada ter a ver com a sedução¹³ mas sim no seu sentido mais lato, quer apenas dizer que os sinais sensoriais ainda não foram suficientemente decodificados para que os sensores térmicos, visuais e olfactivos dêem a mensagem apropriada ao cérebro para que ajam em conformidade com os sentidos. Note-se que os sentidos da visão táctil passeiam em redor à procura de outros sinais que lhes possam servir de receptores para os seus intentos. Todos já sentimos uma vez ou outra que nos estão a despir com os olhos e, este é o sentido do olhar táctil assim como o do olhar fixamente o outro até que um deles desvie o olhar, este é sentido agressivo que está também subjacente ao dito sentido táctil visual. Edward T. Hall não se refere a este sentido de uma forma

11 The Body Language of Proxemic, <http://members.aol.com/katydidit/bodylang.htm>

12 Cacioppo, John T. "Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches" - *Intent to Persuade* [85] Westview Press, 1981

13 Flora Davis diz-nos: "... claro que nem sempre funcionamos como faróis de indicação sexual..."

explícita, mas deixa entreaberta uma porta implícita que nos permite visualizar para além do óbvio.

Assim, passa-se ao mesmo tempo uma interacção não verbal entre estes mini grupos que interagem entre si sem sequer se aproximarem mas que estão de algum modo a preparar terreno para uma proximidade mais ampla assim que se desfizerem do grupo de origem.¹⁴

Edward Hall dá-nos um modelo organizacional da antropologia do espaço em que no referente ao conceito de territorialidade e espaçamento “*infracultural*”¹⁵ em que insiro os dois parágrafos anteriores na medida em que “a «proxémica» define o conjunto das observações e das teorias referentes ao uso do espaço pelo homem.”¹⁶

É nesta estrutura embrionária que estão os sentidos fisiológicos universais com que o homem tem de lidar no seu dia a dia.

Num primeiro nível encontramos a *infraculturalidade* que está subjacente ao comportamento “enraizado no passado biológico do ser humano”¹⁷.

No segundo nível proxémico, *pré-cultural*, o fisiológico pertence ao presente na sua essência.

Um outro nível, *micro-cultural*, situa-se na maior parte das observações proxémicas onde “podemos distinguir três aspectos essenciais, conforme este se presenta como uma organização rígida, semi-rígida ou «informal»”¹⁸

14 Há que salientar que Edward Hall refere-se aos níveis proxémicos como uma série de observações que estão, na maior parte das vezes, interligadas num conjunto global que permitem integrar todos os níveis.

15 Hall, Edward T. “A Dimensão Oculta” pag. [19;20] - mais frustes à cultura. “... empreguei o termo «*infracultura*» para designar o comportamento característico dos níveis de organização, mais frustes à cultura.

16 *idem*

17 *ibidem*

18 *ibidem*, *ibidem*

Quando nos referimos às interações não verbais na proxémica, temos sempre em conta “*o carácter essencialmente indeterminado da cultura*”, no entanto, não nos podemos perder na indeterminação cultural pois esta resulta sempre dos vários níveis de representação de níveis móveis numa simultaneidade em que vários níveis têm um comportamento diferente.

Erving Goffman defende que numa relação de proximidade existe sempre uma relação de poder de um actor sobre outro e, isto aplica-se na prática à nossa representação na vida de todos os dias. Estas relações de poder são analisadas a vários níveis que podem ser comparados com os níveis já citados por Edward Hall.

Agora, se o que se diz fosse ouvido pelo próprio como o outro indivíduo o ouve, haveria com certeza uma menor distância proxémica entre o que um indivíduo ouve daquilo que o locutor implementou no tom de voz que só ele percebe. Assim, o locutor ouve à vez a voz do outro enquanto processa essa informação dentro do seu sistema sógnico e cognitivo que pode nada ter a ver com o conceito sógnico do outro. Logo os actores transformam em sons audíveis o que as mentes de ambos entendem de forma diferente, assim, não é a importância do que se diz que está em causa, mas sim o que significa para ambas as partes. Esta comunicação não verbal vai para além da comunicação verbal, pois cada um entende a linguagem do outro de forma idêntica, independentemente de o léxico ser ou não comum.

O trato comum, pode ser notado por um observador externo à acção que identifica certos signos como sinais de galanteio, ainda que inconscientes, e não tem de ser necessariamente entre pessoas de sexos distintos, mas também entre o mesmo sexo, sem que isso implique qualquer traço de homossexualidade. Há, no entanto, - na

comunicação não verbal -, algo que lhes indica que não se trata de um galanteio de sedução, mas sim de uma relação de poder entre ambos.

Há ainda a interpretação subjectiva do que lemos e, aqui não existe tonalidade que imprima à palavra escrita mais ou menos persuasão, mas sim um sistema de pontuação onde se pretende que substitua as pausas da linguagem enquanto se espera o retorno; uma pretensão de que o leitor perceba perfeitamente, na integra, o que o escritor quis significar com o que escreveu numa forma mais ou menos elaborada, isto é, que escolheu as palavras que poderiam ser o mais fiel possível ao seu código sígnico e cognitivo. E, apesar de tudo, ambos se entendem¹⁹.

Não esqueçamos, todavia, que o próprio corpo é a mensagem e que fala por si próprio, não já só pelo movimento ou a expressão do rosto, mas também pela posição; adquirimos o nosso aspecto físico, logo, não nascemos com ele.

19 “A percepção é um processo que recebe um conjunto de estímulos através dos diferentes sentidos, é «o processo pelo qual um indivíduo se apercebe do mundo que o rodeia.»” Kem (1975 :13).

Segundo Capítulo

Comunicação não verbal no relacionamento extrapessoal²⁰

As Relações Públicas no não verbal

O relacionamento extrapessoal²¹ dentro da Comunicação não verbal, passa muito pelos silêncios e pelas pausas que tal como na música nos fazem sentir cada compasso musical ou num espectáculo de Marcel Marceau, sentimos que cada gesto está repleto de intencionalidade, mas como num bailado é a música que acompanha o tema dos passos e cenas não verbais e não o contrário. Em Marcel Marceau²² a música tenta a todo o momento acompanhar as imagens visuais que tal como no cinema mudo cada sala de cinema tinha o seu próprio piano onde o pianista ia dando sonoridade às cenas passadas no grande ecrã. Ora o espaço auditivo²³ está relacionado com o que vemos no sentido em que queremos que haja uma consonância e ficamos inquietos quando existe dissonância entre os sons e as imagens. Note-se que aqui aqui a linguagem não verbal pode ser também percebida pelos invisuais através da música, que como sabemos é composta por sons e silêncios. “A arte de dizer as coisas é muitas vezes mais importante que o que se diz. Transformar os ouvidos

20 Sousa, Jorge Pedro, Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media, 2ª edição revista e ampliada, Porto 2006, “Formas de Comunicação Humana, 6. Extrapessoal, in www.bocc.ubi.pt

21 Capacidade de nos relacionarmos com os outros e o meio envolvente.

22 In “A serenata” - http://www.youtube.com/watch?v=4Qx8_C1hMko

23 “Silent Voices” by Atwood and Comeaux – <http://www.youtube.com/watch?v=kZrfuvNZA3g&feature=related>

em olhos e os olhos em ouvidos. A arte do pintor e a arte da Retórica forma assim a arte da cor.”²⁴

Na homenagem a Marcel Marceau – El ruido y el silencio²⁵ vemos como se pode fazer uma comunicação emotiva usando apenas o não verbal e tendo apenas como fundo o ruido²⁶ e o silêncio²⁷.

Não descuramos aqui a comunicação não verbal no relacionamento extra pessoal, embora muitos autores evitem este tema, precisamente porque, hoje, pode ser melhor compreendido através das novas tecnologias da informação e da comunicação, assim como o imaginário popular se viu de repente projectado para o grande ecrã em filmes e séries que fizeram vir à tona, através dos “efeitos especiais”, aquilo que até então era do domínio do ocultismo²⁸ e das superstições²⁹. Assim vemos a definição de “comunicação extra pessoal³⁰ ser definida como a comunicação homem-máquina ou homem-animal”.

Estar no cinema - que é um meio de comunicação privilegiado, bem mais explorado do que alguma vez o esteve, mesmo no nosso imaginário colectivo -, é assistir a toda uma comunicação não verbal, principalmente em livros como a trilogia de Tolkien³¹ “O Senhor dos

24 Cunha, Tito Cardoso e, “Jornadas: Questões de Retórica Contemporânea”, 9 Novembro 2007, Sala dos Conselhos da UBI.

25 Marcel Marceau Homenage – El ruido y el silencio - <http://www.youtube.com/watch?v=9HGSEYqoBul&feature=related>

26 Cunha, Tito Cardoso e, “O Silêncio na Comunicação”, www.bocc.ubi.pt - “...Não pretendo com isto dizer deve ser lido como negatividade e privação. Porque ele é também, muito “clara” e afirmativamente a condição do sentido. Desde os primórdios, na música e no canto.”

27 Cunha, Tito Cardoso e, “O Silêncio na Comunicação” - “O silêncio é, aparentemente, o contrário da comunicação. Sabemos que o não é inteiramente, nomeadamente por haver silêncios que exprimem sentidos”, <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-tito-cardoso-silencio.html>

28 idem “De como o silêncio se impõe o que deveria apenas ser da ordem do olhar: a ocultação. A palavra torna visível, resgatando do silêncio...”

“... Por outro lado o silêncio também pode ser visto como ocultação do recalcado/oprimido.”

29 Sousa, Jorge Pedro, Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media, 2ª edição revista e ampliada, Porto 2006, “Formas de Comunicação Humana, 6. Extrapessoal, in <http://www.bocc.ubi.pt>

30 Idem, “Extrapessoal – Comunicação desenvolvida com animais, com máquinas e, crêem algumas pessoas, ...,”

31 Dettman, David L. in <http://www.americantolkienociety.org/pdf/files/academia5.pdf>

Anéis”³² em que pensamos que tudo não passa de fantasia, mas que é onde a nossa imaginação se expande e compreende aquilo que tem sido recalcado e mandado para as plagas do obscurantismo de onde, provavelmente, nunca deveriam ter saído. Após apurada pesquisa, de-mo-nos conta do quão difícil se tornou encontrar autores que defendessem esta teoria, tirando a parte das inteligências múltiplas, “Estão, ao mesmo tempo, estreitamente unidas à nossa ao nosso comportamento e à nossa auto-percepção intra e extra pessoal³³. Seja analisando a nós próprios, seja analisando os outros, nós todos sabemos disto”³⁴

É-nos difícil explicar como a palavra se torna obsoleta quando esta “vota ao esquecimento tudo o que enuncia”³⁵

Não é a palavra que esconde o que não deve ser dito? Paradoxalmente também dizemos que é mais importante o que se diz com os olhos que o que se diz com a boca e, no entanto, a poesia é uma forma de comunicação verbal que a não récita da mesma a torna o mais das vezes insípida e sensaborona. Quantas vezes o não verbal de uma entonação não funciona melhor no acto da sedução que a própria palavra em si mesma?

Quantas vezes a entoação de uma melodia não traz até nós sentimentos de nostalgia e aos que nos rodeiam? Quantos de nós não apreciámos já o doce falar da nossa língua quando no estrangeiro

32 Em que o maravilhoso se assume como fazendo parte da vida quotidiana e que já não saberia viver sem ele. Hoje em dia a tecnologia está mais perto que nunca de pôr na prática estas formas de comunicação não verbal que até aqui não têm passado de ficção.

33 Podemos aqui fazer interessantes paralelos com a maneira como hoje é vista a inteligência por alguns dos maiores psicólogos infantis da actualidade. É o caso de Howard Gardner (1995) com sua teoria das inteligências múltiplas. Contraindo-se ao senso comum e a antigas teorias da inteligência, ele fala de uma inteligência intra e de outra inter pessoal, que trabalham em conjunto, embora sejam instâncias separadas e mexem tanto com a afectividade quanto com o raciocínio da criança.

34 Valle, Prof.Dr. Edenio «Neurociências e religião: interfaces», In www.pucsp.br/rever/rv3_2001/p_valle.pdf [1- 46]

35 Cunha, Tito Cardoso e, “O Silêncio na Comunicação” - “... mas que inquieta sobre o estatuto de uma tal palavra que vota ao esquecimento tudo o que enuncia. A saturação da palavra induz o silêncio.” David Le Breton, *op.cit.* p.12.

estamos rodeados por um leque de línguas diferentes e, de repente, ouvimos alguém falar a nossa língua materna? Como capacidade de nos relacionarmos com os outros, esta forma de comunicação não verbal - apenas a entoação ou entonação da linguagem não chegam de *per si* para a tornar numa linguagem verbal -, aproxima-nos assim dessa extrapessoalidade que nos permite uma não verbalidade simbólica que nos permite a abordagem do outro de uma forma mais sublime e sofisticada.

Encaremos agora as Relações Públicas no ambiente do não verbal. As Relações Públicas são, por excelência, uma forma de comunicação formal em que as palavras chegam a ser usadas de uma forma desmesurada, mas “quanto mais se fala mais se esquece”, por isso mesmo quando as Relações Públicas fazem gala do discurso institucional que diz e produz a actualidade, desgastam-se na sua incessante busca de transmitir por palavras o que não tem sustento na realidade. Assim os lábios³⁶ dizem uma coisa e - as atitudes, a gestualidade, a inquieta sensação de se estar a dizer o que se não sente nem no que se acredita -, tornam estes profissionais de Relações Públicas em meros megafones das suas estratégias mais elaboradas. Se isto acontece, então a estratégia de apresentação de uma ideia terá de ser redefinida em função do público alvo que se quer atingir e, é aqui que o não verbal entra com toda a sua paleta de cambiantes gestuais e artes de sedução para que o interlocutor fique de imediato preso à imagem e só depois à palavra, se bem que o que fica na memória é, não “o que foi” dito, mas acima de tudo “como foi dito.”

³⁶ **Body Language** - nonverbal communication by means of facial expressions, eye behavior, gestures, posture, and the like. Body language expresses emotions, feelings, and attitudes, sometimes even contradicting the messages conveyed by spoken language. Some nonverbal expressions are understood by people in all cultures; other expressions are particular to specific cultures. Kinesics, the scientific study of body language, was pioneered by the anthropologist Ray L. Birdwhistell, who wrote *Introduction to Kinesics* (1952).

Este “como foi dito”, tem em si já o não verbal mais explícito que o próprio verbal “o que foi dito”, sendo que a capacidade de concentração da consciência é focada na imagem e no movimento e, só depois na palavra. Note-se, no entanto, que a capacidade do indivíduo para deixar de parte tudo o que o cerca, permite-lhe uma maior concentração num único objecto. O interesse da pessoa-alvo é de certeza muito variável e varia de pessoa para pessoa, daí que o profissional de RP, tem de ter em consideração todos os factores que podem atrair a atenção de um auditório diferenciado a cada momento da sua actuação³⁷.

Como criar então o entusiasmo e o interesse no público-alvo? Ao criarmos um registo da nossa imagem na memória do outro estamos de facto a dar-lhe uma percepção da atenção que terá de dispor de cada vez que esta imagem-objecto lhe passar pela mente. A imagem é assim uma representação da percepção interior que foi inculcada na memória. Sabemos que nas Relações Públicas em apreço, a construção ou atitude mental de um determinado público em relação ao meio universitário, marca por si só uma inibição em relação ao que almeja. Aqui há um público-alvo que apenas precisa que lhe lembrem que tem uma necessidade consciente, acordando-o do seu torpor inconsciente em que se encontra. No final queremos que venha para o consciente o que sempre esteve no inconsciente. Assim, passamos de novo à comunicação intra pessoal do indivíduo para a comunicação interpessoal e, porque queremos dinamizar uma dinâmica própria na conduta do indivíduo, criamos uma ruptura no equilíbrio que o leva a aceitar que tem realmente uma necessidade de conhecer o meio universitário que lhe está a ser apresentado.

37 Goffman, Erving, “A representação do eu na vida de todos os dias” - [158], “... Por vezes dir-se-ia até que todo o entusiasmo e atenção interessada de que dispomos os reservamos para aqueles perante os quais apresentamos uma exibição...” Editora Relógio D'Água, 1993

Parece-nos óbvio que o nível de informação despendido a um grupo específico de referência tem de emanar da personalidade de quem apresenta esta mesma informação. Notemos mais uma vez que a meta final das RP, é a de persuadir, de transformar as opiniões e atitudes da comunidade em relação ao meio universitário que lhe é apresentado, como uma experiência comprovada numa vivência que está coadunada com as atitudes dos elementos universitários. No entanto, isso não significa que descuremos a meta inicial que é a que actua em nós próprios a fim de que apresentemos as características de quem acredita no que está a dizer, a apresentar e, como o trabalho das Relações Públicas começa em casa, há que fazer o primeiro grupo de pressão, sedução, dentro da própria instituição que é sem sombra de dúvida a Universidade.

Haverá, inevitavelmente, uma identificação com o meio universitário a partir do momento em que nos questionamos acerca do “quem sou eu” neste meio;

- Qual o meu papel neste meio privilegiado e que laços me unem a este grupo do qual eu já sou membro?

Há já aqui uma identificação emocional em que o indivíduo assume como suas as qualidades do meio universitário que lhe está a ser apresentado³⁸ pelas Relações Públicas da Universidade.

O meio não verbal é um conceito que as RP, ainda não assimilaram na sua totalidade, até porque as novas tecnologias evoluem de forma tão rápida que estes profissionais têm de estar permanentemente em formação a fim de não terem de ser “reciclados” passado algum tempo. Como podemos verificar o papel atribuído tradicionalmente às RP, está um pouco ultrapassado e, as RP, não podem continuar a ser meros consultores de imagem. Hoje são-lhes

³⁸ A eloquência da apresentação está sobretudo nos actos ilocutórios expressivos que têm como objectivo exprimir o estado psicológico do locutor em relação ao que está a ser apresentado.

exigidos novos papéis que até aqui não se tinham apercebido que era essa a sua função. Há que criar uma nova dinâmica de projecção, através do não verbal, para o exterior através das novas tecnologias da comunicação e da informação.

Temos de forçosamente dar um salto em frente se não queremos que o meio universitário se torne subsídio-dependente das políticas educacionais de um qualquer governo ou de um ministro da ciência e do ensino superior que esteja no poder.

Esta ligação do relacionamento não verbal com o exterior é de fundamental importância quando se tem um meio universitário carente de ligações a subsídios independentes e, quando tem as valências necessárias para criar uma simbiose com as empresas dos vários ramos em que a Universidade tem os meios científicos paradoxalmente ocultados dos empresários das empresas que se querem instalar na região. Há, obviamente, excepções à regra, mas é por isso mesmo que a regra é a de costas voltadas e, o futuro não mais se vai compadecer destas ineficiências que as Relações Públicas têm descurado.

Não nos podemos alhear do facto que as Relações Públicas fazem parte integrante das Ciências da Comunicação e que as suas estratégias têm de passar por um conceito comunicacional no meio envolvente!

Terceiro Capítulo

O impacto das Relações Públicas no meio universitário

Este é caracterizado por uma interacção entre a comunidade académica que tem tido, até aqui, um défice na permuta de valências enriquecedoras do meio. Assim, é legítimo que nos questionemos acerca da função da comunicação organizacional interna da instituição Universidade e, o porquê dessa comunicação ser praticamente inexistente no meio. A comunicação integrada³⁹ quer-se dinâmica e interligada entre os vários sectores da academia para além de uma estratégia bem definida com os vários apoios interdepartamentais⁴⁰ das faculdades envolvidas no meio universitário. Como fazer este salto dos anos sessenta para o século XXI se as RP, têm como função o suporte reitoral e não fazem a ponte para as bases a fim de transmitirem aos colaboradores as estratégias definidas, a fim de que estes se insiram em pleno nas planificações desta instituição de prestígio.

Quanto a nós defendemos que o “salto para o século XXI” passa por nos definirmos e aceitar as novas tecnologias que nos proporcionam a entrada na Second Life como muitas universidades e outras instituições⁴¹ já fizeram⁴². Assim definiremos a passagem através

39 Kunsch, Margarida Maria Krohling, “Relações Públicas e Modernidade - Paradigmas da Comunicação Organizacional”, Summus Editorial 5ª edição, 1997

40 Secretariados de apoio às várias Faculdades da Universidade.

41 With many universities already holding classes in SL, the virtual world was certainly an appropriate venue to announce an initiative on digital learning.

42 http://text100.typepad.com/photos/uncategorized/sl_macfound_panel1.jpg

dos novos métodos que são explicados por Michael Wesch⁴³ e explicitados numa aula.⁴⁴

No seguimento do que se tem vindo a fazer na Universidade, há que realçar o facto do crescimento ter sido muito rápido, em vinte anos transformou um espaço em ruínas num espaço de saber onde os estudantes se sentem bem. Salientemos ainda que na relação dos alunos com o espaço, tal como aprendemos na antropologia do espaço, a arquitectura tem um papel relevante na relação proxémica dos docentes e discentes na inter-acção destes entre si e o espaço envolvente. Parafraseando Filomena Silvano⁴⁵ diremos que o espaço é fundamental para a comunicação humana e urbana da sociedade hodierna. Temos hoje uma maior concentração populacional universitária que tem de comunicar entre si, mesmo com barreiras arquitectónicas, mas agora as barreiras são outras pois se o wireless não cobre as várias zonas do Campus então a Comunicação Não Verbal funciona apenas através da proximidade, atrás referida como proxémica e, definida agora como um espaço antropológico que anos atrás não se equacionava, nem a arquitectura dos edifícios ou os seus materiais não estavam preparados para esta antropologia espacial que no passado recente não existia, ainda que nos anos setenta tivesse havido já um movimento crítico acerca da oposição dos espaços donde resultaram técnicas de planeamento uniformes, descaracterizando assim a comunicação que até então existia de forma ineficiente.

No organograma⁴⁶ da Universidade vemos que a função atribuída às RP, é a de serem o espelho da comunicação que era utilizada no século passado e não vemos uma interligação com os outros sectores

43 Assistant Professor of Cultural Anthropology – Kansas State University, “A Portal to Media Literacy”, *University of Manitoba*, 17 de Junho 2008

44 http://www.ktka.com/news/2007/feb/15/kstate_professor_goes_hightech_instill_appreciatio/

45 Silvano, Filomena “Antropologia do espaço”, editora CELTA, Segunda edição, Lisboa, 2007 [65;68]

46 UBI, Institutional Self-Evaluation Report submitted to the European University Association, “Organisational Chart of The Central Administration and Support Services”, May 2008

da Universidade. Como podem as RP, fazer a ponte com os diversos sectores, se estão condicionadas pela secção de topo⁴⁷? Assim sendo, como poderão fazer um trabalho externo, se o trabalho interno não pode funcionar por directrizes organizacionais e institucionais? Se se pretende que as Relações Públicas funcionem com alguma autonomia a nível externo, então deveriam, na nossa perspectiva, ter maior amplitude de acção e não se sentirem espartilhadas num sector de onde não podem sair. Vemos assim que cada Departamento ou Faculdade tem, necessariamente, de ter as suas próprias RP, à revelia do que deveriam ser os atributos das RP, profissionais, da instituição Universidade como um todo.

47 Balinky, A.S., “Public Relations and the Faculty”, Editora «Pride», vol. 1, Março 1957, pág 16 - “Os próprios profissionais têm dúvidas acerca da efectividade das poucas universidades que dão autoridade sem limites à função de relações públicas” Clay Schoenfeld.

A projecção da Universidade da Beira Interior no mundo académico

Acerca desta temática, ficamos com a sensação de que temos mais questões que respostas acerca do impacto que as Relações Públicas deveriam ter no meio Universitário e da projecção da Universidade no mundo académico. Vejamos um exemplo do que acabamos de referir, a Universidade, através das suas Relações Públicas, têm meia página de publicidade paga na edição nº 1852 do Expresso de 25 de Abril de 2008 na página 11 da revista “Guia do Estudante”⁴⁸, e após termos revisto toda a dita publicação, de 104 páginas, verificamos que de todas as Universidades e Institutos de Ensino Superior que vêm mencionados na mesma, a Universidade da Beira Interior é a única que não desenvolve a temática do programa de cada curso nem cita os directores de Curso de cada uma das valências das Faculdades, além de só referir os “Mestrados | 2º Ciclo, anunciando apenas e só a data da 2ª Fase Candidatura: 2 Junho a 1 de Setembro 2008” (sic). Verificamos ainda que na página 3 da mesma publicação no “Índice de Escolas”⁴⁹ no item “Ensino Público Superior Universitário”, a Universidade da Beira Interior não consta em lugar algum. Para uma revista do Expresso em que a Universidade da Beira Interior terá pago

48 Expresso, www.guiadoestudante.pt, 25 Abril de 2008

49 Idem, 1ª coluna.

meia página de publicidade, é no mínimo estranho que a UBI não apareça com os seus Cursos do 1º Ciclo⁵⁰; 2º Ciclo e 3º Ciclo especificados por áreas como consta em todas as outras Universidades e Institutos referenciados na dita revista.

Sendo o objectivo da Universidade, crescer, ou pelo menos não deixar que alguns Cursos encerrem por falta de alunos e que outros sejam reconvertidos, então não se pode ficar apenas por uma reestruturação superficial.

Que fazer?

A única interpretação que nos é dada fazer é que há que relançar, definitivamente, as Relações Públicas para a Era da Comunicação e tirá-las de vez⁵¹ do séc. XX. Há já profissionais de Relações Públicas – em Portugal –, Engenheiros Civis, Informática e Economia que aliaram a sua formação à experiência no Second Life e oferecem às empresas, Instituições e Universidades uma integração segura e de qualidade. Criou-se assim uma empresa pelos responsáveis do “*Portugal Main Land*” a fim de ajudarem as empresas, e não só, a entrarem no mundo virtual. Além da venda e aluguer de terrenos no “Estado Português”, fornece ainda serviços completos de integração, passando pelo planeamento, design, construção, manutenção do espaço, programação de objectivos, marketing, gestão de eventos, segurança e desenvolvimento de interligações SecondLife-Websites.

50 Na realidade no inquérito enviado às Universidades e Institutos apenas se pediam quais os Cursos de pós-graduação, Mestrados e Doutoramentos, item “Como foi feito este guia?” pag. 3 - 3ª coluna.

51 A cada nova invenção da comunicação, “os velhos do Restelo” disseram que algo acabaria! A foto destruiria a pintura, a rádio destruiria o jornal, a tv destruiria a rádio e a internet acabaria com tudo. As livrarias acabariam, as pessoas se divertiriam apenas no Second life! Puro engano, a fotografia renasce no flickr (Flickr is an image and video hosting website, web services suite, and online community platform. It was one of the earliest Web 2.0), o jornal desde 2006 aumenta sua circulação, a rádio floresce na internet e hoje, 14 de Agosto de 2008 começa a maior Bienal do livro! São 210 mil livros, a internet fez com que surgissem novos escritores, novos temas, novos leitores. Antigamente em Montparnasse - Paris, os escritores mendigavam por um encontro com o seu editor! Hoje com a internet, são os editores que caçam a nova estrela editorial. Se o livro é bom rapidamente a rede fá-lo tornar-se num bestseller! Ah e “os novos profetas” acharam que as pessoas iriam ficar em casa e online, lá estão elas nos chats na bienal com escritores, discutindo os novos caminhos da literatura!

Assim em 2007 foi apresentado [Vídeo de apresentação da Escola de Portugal](#)

Este site não é de todo representativo de tudo o que encontramos⁵² no [SLPortugal.com – Comunidade Portuguesa do SecondLife](#)

Estamos na era da Comunicação Digital e não podemos descurar o meio de comunicação privilegiado que é a Internet, mas esse é um capítulo sobre o qual nos vamos debruçar de seguida. Assim teremos daqui para a frente um novo conceito de Relações Públicas: e-RP⁵³

Hoje já não é possível obliterar a comunicação sem passarmos pelo hipertexto⁵⁴, tendo agora ao nosso dispor toda uma gama de interconexões ligadas entre si que comunicam umas com as outras à vontade do leitor.

Assim o que até aqui funcionava como nota de rodapé passa agora a ser uma hiperligação para outra página web de onde inferimos a anterior nota para outras referências que nos podem parecer pertinentes e deixamos que algo que parecia ser apenas acessório e

52 [Second Life em filme Português ?](#)

Sexta-feira, 01 Agosto 2008 @ 14:01 em Geral por Ronin Devinna

“...aparece uma noticia do DN Online que falava dum projecto cinematográfico português chamado “Second Life” do realizador Alexandre Valente. Não investiguei muito sobre o assunto, como disse ando ocupado, mas facilmente percebemos que este filme com o SL 3D que conhecemos nada tem a ver senão o nome.

Fiquei então curioso em relação aos direitos tão vincadamente defendidos pela LindenLab(r) em relação ao nome do seu filho predilecto, pois sabemos nós que por cá - no SecondLife(r) pois claro - a utilização do nome e outras patentes como o uso do SL em domínios de internet e afins é rigorosamente contra as regras da Linden Labs. Não sei se o realizador do filme sabe isso e que poderá ter uns quantos dissabores por causa dos direitos de autor, mas isso agora não interessa nada.

O que interessa é que quando o filme for lançado podemos contar com os média e os portugueses em geral a procurarem mais informação sobre o filme e esbarrarem-se com este vosso mui dedicado Site, que fala não sobre filmes, mas sobre o SecondLife(r) - Virtual World. Será sempre bom captarmos mais uns quantos curiosos e aficionados pelos /jogos/ferramenta virtual/ sandbox/etc/3D mesmo que por motivos de confusão de palavras.

No site da JN tem uma observação do realizador: “Em contraponto, para Second Life, Alexandre Valente anuncia nudez feminina e outras proezas cinéfilas: “Vamos ter table dances, personagens com tendências homossexuais, etc.””.

Não, claramente não tem nada a ver com o SecondLife do (R) que conhecemos...”

53 [Electronic Public Relations \(Paperback\) – <http://www.amazon.com/Electronic-Public-Relations-Eugene-Marlow/dp/0534262449>; <http://www.techexchange.com/thelibrary/erpptex.html>](#), que poderiam ser perfeitamente aplicadas especificamente ao Curso de Engenharia Têxtil.

54 <http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>

digno de nota, passa agora a ser o fulcro da atenção até que partamos para outra inter-conexão e nos percamos noutra labirinto que não deixa de ter a sua centralidade topográfica. A linearidade do texto perde-se no labirinto dos vários pontos de convergência, que tal como os cruzamentos de um labirinto nos conduzem para novos caminhos. Assim, tal como as notas de rodapé nos relegam para uma definição ou um texto de autoridade autoral, também as ligações numa página web nos referenciam para outras páginas através de *links*, tal como as notas bibliográficas o faziam anteriormente.

Como se perdeu a linearidade do texto, o hipertexto oblitera a limitação dos leitores dos escritores. São os próprios escritores que actualmente já escrevem com hiperligações a outros textos de outros autores ou deles próprios e, os leitores decidem quais os caminhos que pretendem seguir, saindo muitas vezes do contexto anterior e caindo na rede da hiperligação virtual e podem inclusive não voltar ao texto original.

Contrariamente ao texto escrito, que incitava o leitor a ler numa onda de linearidade da esquerda para a direita e de cima para baixo, na página impressa, nos hipertextos essa linearidade desaparece para dar lugar ao encorajamento ao leitor de se mover de um bloco de texto a outro, com rapidez e já não sequencialmente⁵⁵.

Ainda estamos a estabelecer regras de funcionamento de uma página institucional, neste caso o mundo universitário, em que cada universidade anda a sondar qual a melhor forma de se inserir num todo perceptível. Assim fomos ver três sites universitários e descobrimos algumas conexões comuns e outras completamente díspares. A MSU⁵⁶, a UBI⁵⁷ e a UA⁵⁸. A UBI está mais dentro do espírito da MSU que a UA,

55 Snyder, L. (1996), *Hypertext: The Electronic Labyrinth*. Victoria: Melbourne University Press

56 Michigan State University. <http://www.msu.edu/>

57 Universidade da Beira Interior. <http://www.ubi.pt/>

58 Universidade de Aveiro. <http://www.ua.pt/>

isto porque no cabeçalho da página de hiperligação tem definidos os links – letras azuis em fundo branco - *Reitoria; Faculdades; Serviços; Centros; Estudantes; I&D e Ligação ao exterior*, enquanto que a MSU tem no equivalente ao mesmo local da página os seguintes links – letras verdes em fundo branco – : *Future Students; Current Students; Parents & Families; Faculty & Staf e ainda Alumni & Donors*. É de salientar que estes links da MSU estão de acordo com os princípios definidos por Cutlip⁵⁹. A UA tem como links em local menos visível e com fundo castanho e letras pretas – cinza no ecrã -, praticamente ilegíveis quando impressas em papel, nos quais refere: *apresentação; organização; departamentos; ensino; I&D e cooperação*, tem, no entanto, na coluna do lado esquerdo, links para: *alunos; pessoal; futuros alunos; antigos alunos; investigadores; comunicação social e visitantes, seguidos de quatros símbolos não verbais* que só muito forçadamente se coadunam com a linguagem verbal, tendo ainda num item à parte: *international students*. De uma forma puramente visual e alegadamente subjectiva, a MSU tem um visual mais atractivo com as suas cores verdes em fundo branco, a UBI por sua vez tem também um design agradável com as cores azuis sobre um fundo branco, já UA, tem como fundo as cores castanho e castanho escuro sob letras pretas. Como os fundos são aleatórios, fica-mo-nos apenas pelo essencial da mensagem imutável que é a que nos dá a informação imediata. Segundo (Nelson, 1991) e (Bolter, 1991:31), a hipertextualidade teria de corresponder a vários critérios:

- Design flexível que desenvolva as ligações permitidas e/ou sugeridas entre os nós que permitem a constituição de redes com vias navegáveis, esta característica é abordada como centralidade do hipertexto e deu-se-lhe o nome de não-linearidade.

59 Cutlip, Scott M, “Relaciones Publicas” Ediciones Rialp, S.A. 1964

- Visto o hipertexto ter um suporte virtual é considerado instável, logo é *volátil*.
- A falta de hierarquia e de tópicos no hipertexto, torna-o *topográfico*. Um espaço que não tem limites para a escrita e para leitura, sem limites para se desenvolver torna esta característica, *topográfica*, inovadora visto que desestabiliza os *frames* de que se dispõe para identificar limites textuais.
- A *fragmentaridade* consiste numa constante ligação aos blocos que geralmente são breves e com pontos possíveis de fuga ou retornos. Esta é a característica bastante central para a noção de hipertexto que carece de um ponto central regulador imanente. Visto o autor já não ter controlo do tópico e do leitor.
- *Acessibilidade sem limites*: o hipertexto dá-nos acesso a todo o tipo de fontes, quer sejam elas arquitectónicas, literárias, obras científicas, museus ou enciclopédias e dicionários. Estabelecer limites não é característica para as ligações que se permitem fazer;
- *A multisemiose* caracteriza-se pela possibilidade de interconectar em simultâneo a linguagem verbal e a não-verbal – gestual, visual, cinematográfica e musical – de uma forma integrada que se tornaria impossível no caso do livro impresso.
- *A interactividade* que se refere às interconexões interactivas que se por um lado são propiciadas pela multisemiosidade e pela acessibilidade ilimitada e, por outro lado, pela contínua relação de um leitor-navegador com múltiplos autores em quase sobre posição em tempo real, chegando a simular uma interacção verbal face a face.

No hipertexto teremos agora de redefinir a nossa noção de autor e de leitor, por isso mesmo damos um passo em frente no que à leitura e a feitura de uma página web respeito diz, um blog ou um forum, só para ilustrar algumas das possibilidades da Internet, que como anteriormente se referiu, tem intersecções com as teorias do contemporâneo e lançam olhares rápidos sobre o hipertexto de forma efémera nas suas manifestações desprovidas de limites ou partes definidas que se desenvolveram de formas multifacetadas e linearidades múltiplas que possibilitam a passagem instantânea das várias faces do prisma, não podendo nenhuma sobrepor-se à outra.

George Landov⁶⁰ faz referência à composição do hipertexto como sendo composto por textos verbais e não verbais, como imagens e sons, gráficos, remissões, bancos informacionais, tudo isto demandando um suporte tecnológico cujo accionamento se faz ao simples toque do elemento electrónico de ligação.

A sintonia entre os vários teóricos da comunicação nem sempre converge, daí que se para Roland Barthes⁶¹ o hiperpexto⁶² é o texto ideal devido à sua rede de conexões, já Ray Birdwhistell⁶³, citado por Ray Mac Dermott, nos remete para a noção de que o não verbal não

60 Landov, George. "Hypertext: the Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology" 1995

61 Barthes, Roland. *"nesse texto ideal as redes são múltiplas e entrelaçam-se sem que nenhuma possa dominar as outras, este texto é uma galáxia de significantes e não uma estrutura de significados; não tem início; é reversível e nela penetramos por diversas entradas, sem que nenhuma delas possa qualificar-se como principal; os códigos que mobiliza perfilam-se a perder de vista, eles são dedutíveis (o sentido do texto nunca é submetido a um princípio de decisão e sim por um processo aleatório); os sistemas de significados podem apoderar-se desse texto absolutamente plural, mas o seu número nunca limitado, a sua medida é o infinito da linguagem."* (Barthes, 1992, pag. 39)

62 *"Termo cunhado por Theodor H. Nelson, que o propôs pela primeira vez em 1965, numa comunicação apresentada à Conferência Nacional da Association for Computing Machinery, nos Estados Unidos. O hipertexto é uma forma não linear de apresentar a informação textual, uma espécie de texto em paralelo, que se encontra dividido em unidades básicas, entre as quais se estabelecem elos conceptuais. Este tipo de texto electrónico, cuja existência física consiste num código digital armazenado no disco rígido do computador e na sua memória operativa, depende em exclusivo da ciência do leitor em manipular os elos conceptuais que se estabelecem entre as unidades de informação ou grupos de unidades que podem distribuir-se e circular por todo o mundo."* (Carlos Ceia)
<http://www2.fcsh.unl.pt/edtl/verbetes/H/hipertexto.htm>

63 Birdwhistell wrote two books. His first book was published in 1952. It is called Introduction to Kinesics. This book discusses his studies of body motion and gesture using nonverbal communication. His second book, which he's more known for is called Kinesics and Context. It is about body motion and the use of nonverbal communication. It was published by the w:st="on"University of Pennsylvania press.

pode ser separado do todo dum bloco comunicativo, em determinado contexto, porque separar a imagem da contextualidade em que esta se encontra, seria como dissecar o hipertexto. Inferimos pois daí que não podemos descodificar um sistema híbrido como o hipertexto que é não verbal mas também verbal em alguns casos, sem que o amputemos de alguma coisa, seja ele o texto, a imagem, o vídeo ou o som. Todos os elementos fazem parte de um todo com as suas remissões para outros pontos de convergência que formam a rede intrínseca e intrincada que nos leva a um conhecimento sem limites. Birdwhistell, professor da University of Pennsylvania em 1970 concluiu, através dos seus estudos, que a relevância das palavras numa interacção entre pessoas é apenas indirecta, donde tiramos a ilação de que no hipertexto é mais importante a conexão entre blocos híbridos de texto, som, vídeo e imagens, que propriamente as palavras pronunciadas numa vídeo conferência ou numa locução na televisão.

Ainda acerca da coerência hipertextual, Diana Dee-Lucas refere que a propósito da questão cognitiva as ligações serão mais eficazes quando dizem respeito a interesses imediatos dos leitores. E, que além disso, o design e a disposição das ligações para acessos a blocos textuais têm um papel importante na geração de sequências. Esta autora analisou ainda o efeito cognitivo de três tipos de distribuição de ligações para o mesmo texto: distribuição hierárquica na forma de uma árvore com a visão global que é para nós, e no caso em estudo, os casos das páginas web das universidades, distribuição em lista como é caso da UBI, distribuição da informação no texto tradicional. Caracterizamos assim o hipertexto como uma forma de organização cognitiva e referencial cujos princípios não produzem uma ordem estrutural física, mas constituem um conjunto de possibilidades estruturais que caracterizam acções e decisões cognitivas baseadas em referências não-contínuas nem progressivas.

Quarto Capítulo

A projecção da Universidade no exterior

*Hoje em dia os
educadores reconhecem a importância de
uma opinião pública bem
informada em matéria do
Ensino Superior.
- David D. Henry*

Há que fazer uma pequena resenha acerca da evolução na tentativa de projecção do Ensino Superior na comunidade.

Assim há que reconhecer que “as instituições de ensino superior foram as primeiras em empregar métodos sistemáticos para porem a opinião pública a seu favor”⁶⁴ e, diga-se em abono da verdade que o conseguiram com sucesso nos finais do século XIX e princípios do século XX.

“Nos princípios de 1900, haviam já universidades centrais que tinham ao seu dispor gabinetes de publicidade com um sistema de

64 Cutlip, Scott M, “Relaciones Publicas”[527] Ediciones Rialp, S.A. 1964

publicação de notícias”⁶⁵. Isso trouxe para o ensino superior uma grande vaga de alunos que deram corpo às universidades.

Este foi um período áureo em que as universidades cresceram e foi preciso recrutar professores onde os havia. Nos períodos de 1945-1950 produziu-se realmente uma autêntica avalanche de ex-combatentes e as universidades tiveram de atender a um imenso caudal de matriculados com o mesmo pessoal de que dispunham antes, com facilidades inadequadas e orçamentos mínimos. Após o início das guerras coloniais e do Vietname, o número de matrículas desceu perceptivelmente ao mesmo tempo que o custo por aluno crescia em espiral. É fácil de perceber que se havia menos matriculados a verba para sustentar todo o staff das universidades era escassa e não era mais possível manter o número elevado de professores e funcionários que tinham sido necessários em épocas anteriores.

Houve assim que se renovar as universidades com novos cursos e promoverem-se novas parcerias com as empresas⁶⁶ a fim de que estas pudessem financiar projectos que no final beneficiariam essas mesmas empresas, embora tivesse havido um efeito perverso em que as universidades ficavam reféns das boas vontades e interesses das empresas para as quais investigavam. Podíamos aqui dar alguns exemplos como o da indústria farmacêutica e a indústria bélica para já não falarmos de outras.

Nos anos subsequentes houve que recrutar novos professores, financiar a construção de novos edifícios e seleccionar os novos estudantes e, aqui as empresas iam literalmente à procura dos melhores ao ensino público a fim de os levarem para as universidades onde financiavam os seus projectos.

65 idem

66 Cutlip, Scott M, “Effective Public Relations”, Prentice Hall, Inc, New York, 1958

Temos assim que o papel das Relações Públicas da Universidade fora relegado para o sector privado. Observamos a evolução das RP⁶⁷ nos Estados Unidos e a comparação com as nossas instituições universitárias no mesmo período e, chegamos à estranha conclusão de que há maior similitude que diferença. A diferença mais notória é que a nível de RP, ficámos reféns das metodologias usadas nos anos '60. Daí para cá os gabinetes organizacionais das Relações Públicas tiveram uma evolução muito lenta e tímida.

As Universidades devem dar um impulso às suas Relações Públicas e aos programas de informação pública acerca do ensino superior, a fim de participar ao público de forma completa e exacta, os objectivos, programas e sucessos das instituições de ensino superior.

Claro que no caso em estudo, Universidade da Beira Interior, o organismo de topo que supervisiona o Gabinete de Relações Públicas, haveria de incitar e prestar a maior atenção às relações públicas dos organismos que dirige, escolhendo o pessoal adequado para o desempenho das funções e criar um sistema de mútua compreensão e cooperação entre a instituição e os meios públicos de informação. É, para nós, óbvio que as relações internas interdepartamentais não deveriam ser, nunca, descuradas e haveria que fazer um esforço hercúleo para se dinamizarem as sinergias de toda a instituição a fim de que todos façam parte de um todo uno e indivisível. Pode parecer utópico mas na realidade os fundamentos do orgulho, tanto nacional, como institucional tendem a ser igualitários.

É um dos papéis fundamentais das Relações Públicas que todos se sintam orgulhosos de pertencerem à ilustre instituição que é a Universidade da Beira Interior.

67 “Nos Estados Unidos foi mudando a nomenclatura desde 1917, denominando-se então como Associação Americana de Gabinetes Informativos Universitários, convertendo-se em 1930, em Associação Americana de Publicidade Universitária. Em Maio de 1946 transformou-se em Associação Americana de Relações Públicas Universitárias.”

Cabe-nos a nós e, a toda a comunidade académica, transpor a fasquia que nos foi imposta pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Assim teremos de ultrapassar a desagradável impressão de que a prática das «relações públicas» é causa de dissonância entre os vários colaboradores da instituição. Há que desenvolver um maior entusiasmo a persuadir amigos e influenciar o público envolvente a fim de transmitirmos a mensagem que nos propomos conseguir. Há todo um trabalho a fazer para que os especialistas⁶⁸ em relações públicas se envolvam e possam contribuir com a sua visão dos problemas sociais e educativos, assim como com a sua técnica imaginativa e o seu engenho criador.

Sabemos, no entanto, que não há nenhuma instituição de ensino superior que possa viver pelos seus próprios meios.

Há então que recorrer aos antigos métodos de utilizar os recursos das relações públicas para a captação de novos estudantes. Havia, no entanto, uma indecisão acerca da melhor forma de o fazer, isto é, usando mais a publicidade, a informação e a interpretação. O importante era atrair para a universidade o maior número possível de estudantes, não prestando grande atenção à responsabilidade social que se assumia. Assim criou-se a noção de que para se ser alguém há que ter um título universitário⁶⁹. Hoje, e após longos debates acerca do

68 Habermas, Jürgen, “Técnica e Ciência como «Ideologia»” [108;109], Edições 70, 1993

69 **O PAÍS DOS DOUTORES E ENGENHEIROS**

A primeira surpresa para um estrangeiro que aterre em Portugal pode ser o número anormal de médicos que existe no país. Um ouvido atento em qualquer café de Lisboa, à hora das refeições, poderá contar pelo menos uma dúzia de: “Como está, doutor?”, “O que é que lhe apetece comer, senhor doutor?” (...) Em Portugal, basta ter passado pelas salas de aula de uma universidade para obter o título de doutor. E, muitas vezes, nem é preciso tanto. Uma pessoa que ocupe um cargo de alta importância, ou que tenha, simplesmente, um ar de executivo, pode ser tratada por doutor pelo empregado do restaurante e, claro, pelos seus subordinados.

Quando não é doutor, pode ser engenheiro ou arquitecto. E se o empregado se engana, é possível que o próprio doutor, engenheiro ou arquitecto se encarregue de o corrigir. (...) A muitos portugueses soa ridículo, especialmente aos mais jovens. “Somos o país dos doutores e engenheiros”, dizem os críticos, com ironia. A ironia ainda é maior quando os números dizem que apenas dez por cento da população activa portuguesa possui formação universitária, a taxa mais baixa dos países da OCDE, cuja média é de 23%. Ou, pensando melhor, talvez não seja tão irónico: aqui pode estar a chave do mistério de um tratamento tão diferencial a quem se limitou a frequentar a universidade. No século XIX e no início do

futuro das qualificações universitárias do país, resolveu não se dar muita importância às capacidades dos estudantes e dão-se inclusivamente bolsas de estudo para que todos, sem excepção, possam ter acesso ao ensino superior. Passamos assim a quantificar os estudantes em detrimento da qualidade destes. Ou seja o que importa é a quantidade e não a qualidade. A Universidade da Beira Interior tem neste ano, 2007/2008, aproximadamente, seis mil estudantes matriculados, entre o primeiro, segundo e terceiro ciclos. É um rácio que não garante uma sustentabilidade para os investimentos que foram feitos ao longo dos últimos vinte anos, entre equipamentos sociais, professores e funcionários.

O papel das relações públicas deveria ser o de induzir os estudantes a ingressar na universidade, mas tendo sempre em conta a gestão dos recursos já criados em anos anteriores para estes alunos, tendo em conta os que desistem e os que são transferidos para outras instituições mais os que demoram mais que o estipulado para acabarem os cursos, tudo isto tem de pesar nas escolhas das quantidades de estudantes que a universidade pode ou não suportar.

Se a universidade quer aliciar os estudantes mais brilhantes e financiar os seus estudos, porque sabe que o país necessita mais gente educada e altamente qualificada para cobrir as necessidades nacionais face aos parceiros internacionais e acima de tudo dar-lhes condições para se manterem no país, então o trabalho dos profissionais das Relações Públicas da Universidade da Beira Interior terá que ter a capacidade interveniente de projectar as qualidades e os casos de sucesso dos antigos estudantes da Universidade e não tanto o de tentar

XX, os (poucos) filhos da burguesia e dos grandes proprietários rurais que conseguiam fazer estudos superiores regressavam à terra e eram conhecidos como “doutores”, senhores distintos e merecedores de grande reverência. A denominação manteve-se, apesar da democratização, e continua a ter o mesmo significado: é uma forma de admiração, diferença e superioridade que, em muitos casos, os próprios beneficiários se empenham em manter. Mesmo quando não querem aceitar este tratamento, os portugueses vêm-se obrigados a utilizá-lo, por estar tão enraizado. (...)

in, *Courrier international*, nº 102, Março 2007

vender o produto universitário. Não esqueçamos que a matéria prima dum universidade são os seus estudantes, se os licenciados não correspondem às expectativas do mercado de trabalho então a Universidade não está a cumprir todos os objectivos para que foi criada e os estudantes irão, provavelmente, à procura de outra instituição de ensino superior que lhes garanta uma formação de qualidade reputada como mais elevada.

Há que primar pela excelência e, diríamos mesmo que o lema das nossas Relações Públicas deveria ser: “Só o Excelente é Suficiente”.

Por princípio “o objectivo principal das relações públicas são os estudantes, primeiro como estudante e depois como antigos alunos. A conduta e a atitude dos estudantes são factores determinantes para o comportamento do público face à universidade. Como os estudantes procedem de todas as zonas do país e de todos os extractos sociais, são eles, em última análise os intérpretes autorizados da universidade na sua cidade natal. Se se sentem orgulhosos da sua universidade manifestar-se-ão a favor, mas se a sua experiência foi pouco agradável, denunciarão o estabelecimento de ensino, não só após a sua saída da faculdade, mas também nos anos seguintes”⁷⁰.

Se por um lado a conduta dum estudante é de excelente qualidade e se torna num caso de sucesso, ajuda a incrementar os créditos da universidade, por outro lado a conduta irreflectida e desordenada pode causar grande prejuízo para a universidade.

“O profissional de relações públicas universitário há-de estar firme nas primeiras linhas de defesa”⁷¹ e, transmitir essa firmeza aos estudantes. Só assim se consegue que estes estudantes sejam os embaixadores da universidade. Outro meio para se conseguir os

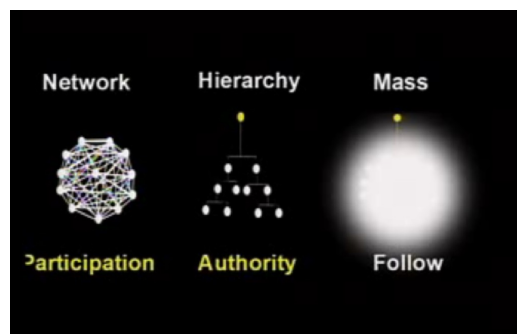
70 Cutlip, Scott M. Center, Allen H. “Relaciones Públicas” [537], Ediciones Rialp, S.A. 1994

71 Idem (NECESIDAD DE LIBERTAD DE ACCION) [534]

mesmos objectivos é inculcar o sentimento de posse e de responsabilidade do estudante ao incentivá-lo a participar na vida da academia e dar-lhe uma actividade importante na elaboração de alguns programas da universidade.

O universitário polido, educado e correcto é o símbolo público da Comunicação Não Verbal mais efectivo da universidade. As Relações Públicas não devem desperdiçar estes talentos e qualidades destes estudantes⁷², mas sim captá-los para organizarem viagens de estudo a empresas nacionais e estrangeiras e até a outras universidades; organizarem jantares de antigos alunos e professores; jantares de gala; convívios entre os estudantes e os docentes da universidade, a fim de poderem transportar as cores da universidade para onde quer que vão. Mas serão sempre as Relações Públicas a coordenar estes eventos.

Os professores, os administrativos e restante pessoal, que sustentam o funcionamento básico da universidade, terão de ter sempre em conta que são os estudantes o suporte de toda a instituição do ensino superior; assim sendo, os professores catedráticos contribuiriam com o seu saber inspirado, os seus sucessos nos campos de investigação e a aplicação dos seus talentos ao progresso da comunidade. Isto é a nosso ver de especial importância. Note-se que o trabalho do professor - O Second Life é um assunto de debate nos meios académicos, mas os professores de TI têm sido os últimos a saber - passa muitas vezes por se integrar nas novas tecnologias da informação e da comunicação a fim de estar mais perto dos estudantes nas suas componentes lectivas.



Ilustra

ção 1: Relacionamento com os alunos

72 Idem [538]

Assim embora o áudio não seja propriamente uma novidade no ensino, ele tem vindo a ser utilizado na educação. Segundo Durbridge(1984) baseando-se em estudos realizados na Open University, no Reino Unido, identificou algumas das vantagens educativas do áudio: os alunos gostam do áudio porque gostam de reagir ao som – compreender a língua falada, analisar música, ouvir a voz do professor –, ouvir entrevistas, ouvir tarefas a executar no laboratório ou no computador, ouvir factos, discussões e opiniões de peritos e, ainda, gostam de ser encorajados pela voz de alguém que conhecem e respeitam. A todos estes aspectos devem acrescentar-se que a voz humana aporta ao texto escrito entoação, ritmo, timbre, volume e emoção.

Todos os membros da faculdade, especialmente os da geração mais jovem têm cada vez mais consciência das suas responsabilidades. Todos eles, passando pelo pessoal da limpeza, as secretárias, as telefonistas e os seguranças das portarias, devem estar imbuídos dum espírito de serviço desinteressado, isto consegue-se com uma boa estratégia interna das Relações Públicas, junto de todos os intervenientes.

É de suma importância que todos os envolvidos neste processo possam estar a par e possam informar a todos acerca da política da universidade, dos seus programas e problemas. Para que isto aconteça há que haver um programa informativo interno que tenha continuidade. Há ainda que recorrer à amabilidade (Comunicação Não Verbal), persistentemente recordando ao pessoal da universidade as suas responsabilidades no que concerne às relações públicas.

Os decanos conjuntamente com os membros dos conselhos consultivos e científicos das universidades são um público importante para as estratégias das RP, pois são estes os intermediários oficiais

entre os públicos-alvo e a universidade. E, porque se trata de um grupo estratégico, há que tratá-los como tal, isto é, como são um grupo geralmente com sentido de superioridade, a estratégia deve focar-se na necessidade premente de terem bem presentes os aspectos de relações públicas e a sua política inerente. Quer-se para este grupo específico uma pressão subtil, embora consistente, para induzir este grupo colegial de cientistas a considerar com simpatia a opinião pública. As RP, devem ter uma estratégia para informar este grupo-chave acerca dos objectivos e problemas da universidade, a fim de que estes os possam interpretar correctamente.

Não devemos, no entanto, esquecer que os educadores, neste caso os Assistentes, Mestres, Professores e Catedráticos, são na maior parte das vezes os grandes obstáculos à prossecução das estratégias das RP, precisamente porque ainda são da “velha guarda”.

A projecção da Universidade na Internet

A modernização da Tecnologia da Informação representa as mudanças que todo sector de TI deve enfrentar conforme as velhas gerações de tecnologias, recursos e expectativas são inevitavelmente substituídas pelas mais novas e, sustêm que as RP, são uma agência de imprensa e publicidade da universidade e que nada têm a aprender com estes profissionais. A verdade é que são algo renitentes⁷³ a aceitar e praticar princípios sólidos de Relações Públicas e de Comunicação Não Verbal. Quando são os docentes que são relapsos a preencher os livros de ponto electrónicos e aceitar pôr os programas e os sumários das cadeiras que leccionam nos suportes digitais – *e-conteúdos* –, a fim de que qualquer estudante os possa consultar, então estes são entraves e desafios que as RP têm de enfrentar.

Existem, na realidade outros públicos a que as RP se têm dirigido aparentemente com algumas estratégias que terão dado resultados menos bons que os que se esperavam.

Referi-mo-nos aos estudantes em perspectiva, aos seus pais e aos possíveis mecenas, tanto actuais como futuros – não esqueçamos que quando alguém lega uma biblioteca particular à Universidade, isto

⁷³ Ao ouvir que a Gartner está dando grande ênfase ao tema da “Modernização da TI,” uma primeira resposta mais comum de muitos profissionais da TI é uma expressão de leve embaraço. A expressão pode geralmente ser interpretada como “Nós não temos já modernizado a TI durante esse tempo todo? Não é disso que trata a TI — substituir tecnologias antigas por novas tecnologias em um movimento sem fim? O que há de diferente agora?”

constitui uma forma de mecenato sem qualquer fim lucrativo, a não ser o reconhecimento, justo, por parte da Instituição –, que serão sensibilizados a contribuir de alguma forma para o engrandecimento da sua Universidade, aos comentadores e orientadores de opinião, às diversas fundações filantrópicas, às outras instituições educativas, aos legisladores e funcionários do estado, às forças armadas e aos diversos organismos do governo, particularmente aos que desenvolvem investigação no campo científico.

Após esta pequena e breve resenha, do funcionamento das RP, passemos de imediato aos outros públicos que as RP têm de alguma forma descurado, principalmente através da comunicação electrónica não verbal, a que passaremos daqui em diante a referir como e-RP⁷⁴.

Há na realidade hoje outros públicos, que no fundo terão sido no passado os mesmos atrás referidos, mas que estão agora vocacionados para outros meios de comunicação que já não os dos meados do século XX, que estão a trabalhar a uma velocidade estonteante que já não se coaduna muito com as técnicas propostas por Scott M. Cutlip e Allen H. Center a cujas teorias atrás nos referimos.

Hoje, há que aplicar essas mesmas teorias mas não as técnicas, porque os meios são agora outros e há outros teóricos para estes novos tempos. Não é ainda fácil encontrarmos autores que tratem das e-RP, com a seriedade que se impõe a esta novel forma de fazer e-RP – para além de Eugene Marlow e Matt Haig – existem, no entanto, numerosos autores que tratam das Relações Públicas online, como se as e-RP, se confinassem apenas às publicações periódicas via electrónica interdepartamentais, do tipo Intranet e não Internet.

74 Marlow, Eugene “Electronic Public Relacionn” - “A brief survey of new technologie is transforming PR practice”, Editorial Belmont, CA:ITP Wadsworth 1995

Vamos pois, propositadamente, passar por cima dos emails, das comunicações periódicas electrónicas e das newsletters – embora estas ainda sejam muito importantes, mesmo no figurino actual -, diárias ou semanais, para nos dedicarmos realmente ao que devem ser, nos dias de hoje, as e-RP concebidas como paradigmas da era da comunicação. E, como não nos desviaremos da comunicação não verbal, temos o desafio pela frente de aplicar esta comunicação a este novo conceito das e-RP, logo teremos de referir aqui alguns princípios básicos do que consideramos a comunicação não verbal na Internet.

Assim definiremos algumas orientações do que consideramos ser a pedra basilar da comunicação a que nos propomos explorar neste trabalho.

- Traduzir princípios básicos de conduta pessoal no mundo virtual da Internet pode ser um desafio permanentemente inculcado em cada um de nós que usamos no dia a dia o não verbal na Internet. Assim gostaríamos de ver na comunicação de todos os utilizadores da Net o interiorizar de alguns princípios, tais como:
- Uma comunicação requer que um ou ambos os lados estejam de alguma forma a aprender e a beneficiarem com a troca. Muito do que decorre sobre a aparência de uma comunicação é, na maior parte das vezes, uma série de pronunciamentos ou declarações unilaterais.
- Ora não é isto que se pretende nas e-RP, porque o meio online é considerado um sistema “frio” de comunicação, porque não tem o calor de uma comunicação face a face, isto é, espaço térmico inexistente. Necessitamos, assim, até de ser mais cuidadosos em

escolher as nossas palavras online do que pessoalmente, porque o contacto humano não está a ser transmitido. Há que tomarmos em atenção regras de conduta que nos levem a referir-mo-nos a todos e não somente para aqueles que concordam connosco. De forma similar, devemos assumir que o outro age de boa fé e com a melhor das intenções. Há assim que: Ter cuidado para não se ferir ninguém ou fazer qualquer pessoa ficar magoada com as palavras que se pronunciam, sejam estas pessoas conhecidas ou desconhecidas, amigas ou inimigas.

- *“Nem tudo o que um homem sabe deve ser revelado, nem tudo o que lhe é possível revelar deverá ser julgado oportuno, nem todo o dizer oportuno pode ser considerado adaptável à capacidade dos que o ouvem”*⁷⁵ A Internet tem muitas formas de comunicação envolvendo muitas culturas. Nas e-RP temos de estar cientes da cultura, das regras e do ambiente antes de “falar”. O humor, a ironia e, as alusões raramente são bem traduzidas na Internet e especialmente muitas vezes falham em transmitir um significado pretendido quando as comunicações envolvem diferentes culturas. As e-RP têm de ter em linha de conta de que os documentos postados são armazenados por períodos de tempo indefinidos na Internet. Os *sites* de busca farão provavelmente que a nossa mensagem de hoje esteja mais tarde disponível para outras audiências – talvez fora do contexto em que foram ditas ou escritas – anos mais tarde. Por isso há que observar a justiça, a rectidão e levar-se sempre em conta a ética, a amabilidade e a gratificação a quem é dirigida a mensagem.
- A nobreza de carácter que tem de ser apanágio de cada um, terá de ser mais latente ainda nas e-RP porque não se pode dar a entender em caso algum que nos estamos a comportar como se

75 Provérbio Persa.

tivéssemos algo a esconder e que não queiramos que os outros saibam, teremos sim de ter uma conduta elevada, pois as e-RP estão a representar uma instituição maior: a Universidade da Beira Interior. O reconhecimento da nobreza com que as e-RP expõem os seus argumentos, implica um padrão de diálogo no qual a cortesia e o respeito mútuos guiam as interações entre os participantes das actividades das e-RP, sejam estas uma vídeo-conferência, um programa televisivo ou qualquer outra actividade do género.

O Compromisso das e-RP para com a honestidade requer um esforço excepcional para compreender um contexto completo e a motivação de uma declaração. Há, sobretudo, que não tirar conclusões prematuras, mas que se procure um esclarecimento para se tirarem as ilações da verdadeira intenção antes de comentar algo do qual não esteja seguro. Isto acontece nos fóruns de discussão e por vezes nas vídeo-conferências e até em debates públicos.

Após estes enunciados acima referidos não poderemos, por isso mesmo, esquecer a etiqueta nas e-RP, assim surgiu um novo termo: “netiquette” (Etiqueta na Internet).

As seguintes sugestões vêm de quem se preocupa com a ética na Internet e, que como primazia a natureza das Relações Públicas nesta era da Comunicação electrónica, assim a experiência de alguns pode beneficiar a inexperiência de muitos.

- As e-RP têm de se proteger e ao bom nome das Instituições que representam.
- Saber o que se está a comunicar. O excessivo clique de “responder a tudo” pode significar que pessoas para além

daquelas a quem a comunicação é destinada receberão a sua mensagem, incluindo pessoas que se não conhecem.

- As mensagens escritas na excitação do momento podem ter o impacto de uma comunicação escrita formal em vez de uma comunicação falada.⁷⁶
- Não escrever nada que não desejemos que seja copiado por outros. Isso poderá realmente ser copiado.
- As mensagens do correio electrónico tendem a ser conservadas por longos períodos de tempo. Podemos encontrar as nossas mensagens encaminhadas anos mais tarde.
- Se enviarmos para um grupo de endereços, dever-se-ão colocar no campo Cco (cópia oculta) de modo que a lista inteira dos endereços não apareça e não possa ser compartilhada com os receptores. Esta prática reduz o spam (publicidade não solicitada)⁷⁷, o impacto de vírus de computador, e o agrupamento no cabeçalho da mensagem. É também uma prática de cortesia para aqueles que não querem ter os seus endereços electrónicos largamente divulgados.
 - Há mesmo já quem venda estes endereços na Net para empresas de Web marketing.
 - Existem mais algumas regras de conduta na Web mas que não iremos abordar neste trabalho.

Não esqueçamos, contudo, que estamos no domínio do não verbal e mais especificamente na relação homem-máquina-homem, ou

⁷⁶ É interessante notar aqui uma diferenciação entre o verbal e o não verbal apenas pela forma de se escrever uma comunicação.

⁷⁷ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Spam> Na sua forma mais popular, um **spam** consiste numa mensagem de correio electrónico com fins publicitários. O termo *spam*, no entanto, pode ser aplicado a mensagens enviadas por outros meios e noutras situações até modestas. Geralmente os *spams* têm caráter apelativo e na grande maioria das vezes são incómodos e inconvenientes.

seja, há aqui uma certa relação extrapessoal que passa do homem à máquina mas também da máquina ao homem. Já nos referimos anteriormente que o homem nem sempre domina a máquina, pois uma mensagem deixada na Net pode perdurar anos, antes de desaparecer, poderíamos falar mesmo de poluição electrónica e haverá ainda de se arranjar forma de reciclar a informação, comunicação e isto já não é ficção científica, há mesmo quem já esteja a investigar a reciclagem⁷⁸ electrónica. Para além da reciclagem que os estudantes já fazem com informação do ciberespaço que circula por todo o planeta e que muitos pesquisadores, académicos, científicos, e não só, reaproveitam material que outros já não utilizam mas que ainda é útil, e que depois de modificado não poderá ser considerado propriamente plágio, mas pura pesquisa.

Notemos ainda que quando se criam espaços num qualquer motor de busca, esse espaço é reaproveitável se o utilizador estiver determinado tempo sem o utilizar. Esse espaço será utilizado para outros fins. Fazemos isso mesmo nos nossos computadores pessoais quando precisamos de reutilizar espaço em disco e quando vamos verificar informação, que já nem sabíamos que tínhamos armazenada, essa informação pode ser reutilizável para outros fins, havendo mesmo pesquisas para aproveitar a energia dispersa. Mas não é de momento a temática deste trabalho.

78 <http://www.datarecycling.org/recycle>

Tipos e Estratégias em e-RP

Existem outros termos e tipos de estratégias nas e-RP., temos até novos provérbios para:

- Vídeio-Conferência por Satélite: “Move as ideias mas não as pessoas”

Um outro tipo de comunicação não verbal está agora em franca expansão são os Podcasts⁷⁹ e formas derivadas como programas de áudio, vídeos e fotos.

O *Podcasting* é um novo e importante meio que requer a atenção especial das e-RP à qualidade, à abordagem e natureza de tal forma a assegurar de que a dignidade da Universidade da Beira Interior seja protegida. Lembre-mo-nos sempre que com a Internet, a audiência não é local, mas global e, assim um podcast ou os seus derivados, poderá causar um impacto que pode, eventualmente, manchar a reputação da Universidade, através de uma larga aparição fora de contextos sociais, culturais e políticos. É primordial que as e-RP se assegurem que as audiências compreendam que são essencialmente os entendimentos académicos e as visões individuais estarão a ser expressas e não visões oficiais ou posições da Universidade.

- A oportunidade que a tecnologia da comunicação não verbal electrónica oferece às e-RP de uma consulta mais rápida e completa entre alunos e professores com acesso directo aos e-conteúdos das disciplinas é altamente significativa. Sem dúvida que esta é uma mais valia para as e-RP da Universidade.

⁷⁹ Os podcasts surgiram em 2004, resultando o termo podcasting da combinação ipod e broadcasting, ou seja, emitir através da Internet, permitindo uma rápida proliferação de rádio amador (Richardson, 2006). Alguns podcasts combinam música e locução, mas outros são sobre depoimentos, apresentação de conteúdos ou reflexões sobre determinados temas. O termo ganhou popularidade e, em 2005, foi declarado Palavra do Ano pelos editores do Dicionário Americano de New Oxford, como reportam Huann e Thong (2006)

Durante muito tempo impôs-se a vontade de colocar a UBI e a Covilhã no mapa nacional das Universidades. Hoje, todavia, há a necessidade de impor a Universidade ao nível global e de seguir o exemplo de algumas universidades nacionais e estrangeiras que já são conhecidas a nível mundial através do trabalho meritório das suas e-RP, que já não estão a usar estratégias de RP do século passado.

A Universidade da Beira Interior pode muito bem servir de charneira para um desenvolvimento global que se necessita neste momento em que a nossa região fronteiriça carece de estudantes no ensino superior.

Agora é já o tempo em que os professores, alunos e funcionários se devem empenhar para trazer mais e mais estudantes para a Universidade, e as RP devem estar na vanguarda deste movimento que começa a tomar forma a partir do momento em que toda a comunidade académica e exterior se começa a aperceber do perigo real que é o de cada vez menos estudantes ingressarem na Universidade, as escolas básicas e secundárias começam a perceber que o problema não é só da Universidades, é um problema que também as atinge. Assim propomos que haja uma maior cooperação entre os vários organismos de Relações Públicas, das escolas e da Universidade, com possíveis intercâmbios de *workshops* educacionais para que os estudantes do ensino superior possam mostrar aos colegas do básico o que se faz na Universidade e os alunos do ensino básico familiarizarem-se já com o ambiente universitário passando mesmo um dia ou dois dentro do ambiente da UBI. Estes são os tópicos que entendemos devem reforçar a interacção nos Stands das Feiras presenciais ou virtuais em que a Universidade participe.

Quando a UBI tem ao seu dispor os meios audiovisuais para fazer um programa acerca da história da Universidade, desde o Instituto

Politécnico, passando pelo Instituto Universitário, até aos dias de hoje, pensamos que seria uma mais valia se um documentário com os actuais e antigos protagonistas no processo de desenvolvimento desta nobre Instituição, fosse para o ar num canal temático, do tipo canal História, à semelhança do que foi feito com a Expo 98 tendo passado várias vezes no referido canal em Portugal e em Espanha. As nossas e-RP poderiam pegar neste formato de divulgação e, podendo assim projectar a Universidade, a Covilhã e a região para fora dos muros em que estas se confinam neste momento.

Os públicos alvo desta divulgação são, sem dúvida, os potenciais estudantes, os pais destes, os professores e os funcionários. Dentro deste formato audiovisual tem-se a oportunidade de ouro de transmitir, através do não verbal, tudo o que se pretenda, ainda que se tenha de fazer uma parceria com o Município e outras instituições a fim de que não seja apenas a Universidade a suportar todos os custos, mas sim que haja uma optimização dos recursos existentes nas várias instituições.

Não esqueçamos que nesta Era da Comunicação é possível criarmos as nossas e-RP⁸⁰ claro que esta ligação dá-nos uma ideia do que pode ser feito através do virtual, sem estarmos dependentes de datas de eventos que nem sempre coincidem com a agenda da Universidade da Beira Interior e assim termos uma maior autonomia no campo que se pretende atingir.

Temos na Universidade da Beira Interior os meios, o saber e a motivação. Temos à nossa disposição, no mundo dominado pela imagem, a televisão, o cinema, o vídeo e a Internet, e até por

80 SecondLife Mood Club - Portugal, LX , <http://www.youtube.com/watch?v=tRhxpDXxuiU>

realidades virtuais alternativas⁸¹, a exemplo da Universidade de Aveiro⁸². Podemos assim recriar e reconstruir novos eventos e tipos de leituras no mundo do virtual e das realidades que até aqui apenas podíamos imaginar⁸³.

Como constataremos de seguida a imagem é mais importante que a palavra transmitida através da mera escrita. Assim desviaremos a linha de pensamento das palavras para as imagens, sem deixarmos que a Linguística e a Semiologia se apoderem delas, pois como diz Ray Birdwhistell não podemos transformar as imagens em fonemas. Podemos, no entanto, fazer a descodificação da mensagem televisiva, frame por frame e fazer assim uma análise fora do contexto ambiental, mas isso só nos iria dar uma tradução verbal de algo emitido no não verbal. Ora embora isso possa ser feito, como o fez o próprio Birdwhistell, não nos dá a perspectiva toda mas apenas a transladação do movimento segmentado e traduzi-lo em kinemas que vão descaracterizar a mensagem como um todo. Pretendemos então sair da estrutura linguística e semiológica para entrarmos naquilo que Birdwhistell define como sendo antes de tudo um acto criativo que não se pode desvincular do contexto individual ou da natureza social ao

81 <http://secondlife.com>

82 O complexo de edifícios que vai preencher a ilha da Universidade terá seis espaços com características individuais e objectivos específicos. A InfoZone e o Second Caffé serão, respectivamente, os espaços informativo e lúdico do projecto. O primeiro pretende ser uma porta de entrada para o espaço, o segundo um ponto de encontro e convívio no qual será possível ouvir música, assistir a concertos ou dançar. No Aularium, a "UA coloca à disposição um conjunto de três salas de 50 lugares cada uma", que deverão ser salas de aulas equipadas com tecnologia de áudio, vídeo e slideshow. Como em todas as faculdades reais, existirá também um Auditorium, um espaço com capacidade para 150 pessoas, que está por sua vez reservado a palestras, reuniões e conferências. Existe ainda um local reservado às exposições de investigações, artigos, entre outros, realizados pela comunidade da UA, o Showroom. Para conversas informais e pequenas reuniões, os avatares - [http://en.wikipedia.org/wiki/Avatar_\(computing\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Avatar_(computing)) - terão à sua disposição o Scriptorium. O projecto "second.ua", desenvolvido por professores da Universidade e que envolve cinco alunos da licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação, tem como objectivo "promover a participação de um público mais alargado em eventos e iniciativas da Universidade, privilegiando o contacto social com os habitantes do SL", pode ler-se no comunicado.

83 Note-se que o LabCom <http://www.bocc.ubi.pt/> tem já à disposição uma biblioteca virtual, tal como a Universidade Fernando Pessoa; · [Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación](#) - [Universidad Rey Juan Carlos](#)

qual pertence a informação. Podemos afirmar que grande parte das informações geradas e emitidas pelos canais não verbais situam-se abaixo do nível da consciência. Birdwhistell diz ainda que a relevância das palavras numa interacção entre as pessoas é apenas indirecta. Este autor afirma também que apenas 35% do significado social de uma conversa corresponde às palavras pronunciadas e que os outros 65% seriam correspondentes à comunicação não verbal.

Mais recentemente as pesquisas de Albert Mehrabian demonstraram que a percentagem de uma comunicação não verbal na transmissão de uma qualquer mensagem entre indivíduos é muito elevada. Assim, Mehrabian⁸⁴ chegou à conclusão de que 55% da comunicação se dá através do corpo, gestos e expressões faciais; 38% foi atribuído à tonalidade, intensidade e outras características da voz – *Paralinguagem* – e que apenas 7% é realizada através das palavras.

Inferimos destas percentagens, que a comunicação não verbal ultrapassa o limiar do corpo, isto é: movimento, vestuário, ambiente e proximidade.

Podemos daqui concluir que o verbal pode ampliar o não verbal e que o não verbal dá cor e amplia o verbal.

Estaremos certos se afirmarmos que o essencial é obscurecido pelo acessório e, que este adorna o verbal com tal expressividade que o movimento se transforma na linguagem em si, deixando o essencial desamparado e despido de expressão.

Assim ao expormos a nudez do verbal esquece-mo-nos deste e somos atraídos de forma quase violenta para o não verbal⁸⁵, isto sem querer ferir possíveis susceptibilidades, porque embora sejam as

84 Mehrabian, A. "Silent Messages: Implicit communication of emotions and attitudes" - Nonverbal communication -. (2nd ed.). Wadsworth, Belmont, California. (1972).

85 <http://www.nakednews.com/> ; <http://www.youtube.com/watch?v=ucsltoiYKlg&NR=1> ; Different Anchors in Naked News

informações nuas e cruas o essencial da mensagem, estas são relegadas para segundo plano pelo acessório da imagem que, como já referimos, tem um poder de persuasão superior ao da palavra. Este é um caso típico em que o deslumbramento do não verbal, eclipsa, quase por completo, o verbal.

Não descurando o nosso objectivo, fomos até ao exagero para podermos melhor ver o meio termo do senso comum, mas sem deixarmos de ter em conta que a *“fotografia de uma bonita universitária lançando livros e pernas ao ar para celebrar o fim dos exames não é o melhor modo de demonstrar o sucesso obtido no ensino universitário”*⁸⁶. Não pretendemos por isso mesmo sugerir que algo do género seja sequer equacionado, mas não obliteremos o facto de que a era da comunicação em que estamos inseridos nos leva para meios e formas de comunicar que nunca tinham sido equacionados antes.

Nesta era em que vivemos, num mundo dominado pela imagem, a televisão, o vídeo e a Internet, são realidades presentes no dia a dia do homem actual e através da imagem reconstruímos um novo tipo de leitura do mundo e da realidade. O ser é assim trocado pela aparência, a realidade pela representação, o original pela cópia e a imagem pela coisa. Vivemos então num mundo invertido e não sabemos se a realidade é mesmo esta sem subjectividades nem subterfúgios, ou se temos de alterar esta relação de forças que põe em lados opostos a realidade física e a realidade virtual⁸⁷. Serão apenas duas faces da mesma moeda? Não serão apenas o desenvolvimento psicanalítico transvertido nas novas tecnologias que já nem questionamos?

Que daremos nós em troca desta aparente facilidade em obtermos, à velocidade de um clique, uma visão dos melhores quadros dos melhores pintores ao entrarmos num museu virtual?

86 Cutlip, Scott M. “Relaciones Publicas”, Ediciones Rialp, Madrid, 1964, [529]

87 <http://www.youtube.com/watch?v=W3-zWn9jMBY&feature=related>

Qual o nosso público, quem queremos atingir, quais as nossas estratégias? Não temos nós, públicos diversificados nas faixas etárias dos jovens do secundário, jovens adultos e seniores?

Propomos uma estratégia de comunicação não verbal específica para cada um dos públicos, isto sem querer dar uma posologia acerca do mais indicado para cada um deles, pretendemos sim dar um contributo acerca do que consideramos ser de primordial importância para o renascer das Relações Públicas desta era, pois as RP, como as temos conhecido até aqui, estão já no seu final e a actualidade não se compadece com estratégias obsoletas.

As novas tecnologias devem estar ao serviço da Universidade e acreditamos que papel das RP é o de promover junto dos docentes e discentes estas novas plataformas de ensino aprendizagem⁸⁸, ainda que na prática a utilização destes ambientes virtuais sejam em muitos casos experimentais, o número de universidades que já têm “ilhas” no Second Life é já revelador do seu impacto na educação. Este facto comprova-se já pelo grande número de universidades estrangeiras e algumas portuguesas que optaram por estas plataformas de ensino.

88 <http://www.opencroquet.org/index.php/Screenshots/Videos>



Ilustração 2: Encontro da UA no Second Life

Ora as RP deveriam dar um primeiro passo na sensibilização e informação destes meios que já estão ao dispor de cerca de cinco milhões de pessoa em todo o mundo.

Dado que o *The Horizon Report* (Austin & Boulder, 2007)⁸⁹ pretende enumerar as tecnologias que têm maior destaque na educação, o interesse manifestado pelas universidades nos mundos virtuais tem vindo a aumentar. Neste relatório revela-se que há já tendencialmente um desenvolvimento das ferramentas para o desenvolvimento da criação de conteúdos educacionais e que das redes sociais que podem aproveitar o que a Second Life reúne em si as características de ambos os tipos.

As RP da UBI poderiam dar um contributo com a divulgação dos resultados obtidos no Mestrado em Multimédia na Educação da Universidade de Aveiro nos diversos encontros promovidos no ano lectivo 2007/2008, principalmente na sua componente não verbal.

Apresentamos de seguida um resumo de uma grelha de comunicação não verbal⁹⁰, que nem sempre está em sintonia com os

⁸⁹ Austin, James Professor “*The Horizon Report*”, *The New Media Consortium*. (2008)

⁹⁰ Esquema apresentado por Susana Topete de Oliveira Pita, Prisma, edição nº6 Julho de 2008

conceitos da proxémica de Edward T. Hall, em que as **Características físicas**, no mundo virtual (avatars)⁹¹, são: forma e aparência do avatar; grau de dependência da aceitação cultural; influência do aspecto padrão no comportamento; reconhecimento através da aparência e a determinação do status.

Na **Cinética**: temos como referências os gestos que contam do inventário e gestos que não constam do inventário.

Proxémica: compreensão do espaço; movimento do espaço; grau de proximidade e posicionamento no espaço.

Intencionalidade: expressão de emoções; reforço da comunicação não verbal e ainda o desfasamento entre comunicação verbal e não verbal.

Enquanto que na realidade virtual e real se utilizam factores como: *Afectividade; Coesão; Interação; Socialização e Participação*. Estes factores sociológicos referem-se sobretudo aos acontecimentos externos ao Second Life.

Assim, vídeo conferências destinadas aos sectores seniores com entrevistas aos expoentes dos saberes universitários podem ter um figurino mais sóbrio e formal, enquanto que a mesma estratégia de vídeo conferência concebida para a faixa etária mais jovem terá forçosamente de ser mais informal, divertida e despreocupada, quanto baste, para que este público se sinta atraído pela estratégia delineada para este fim. O mesmo se pode dizer acerca da estratégia para os jovens adultos interessados na Universidade e nos seus vários cambiantes cromáticos do saber e da socialização no meio envolvente e ambiental.

⁹¹ *Avatar*, manifestação corporal de um ser imortal que no caso em questão são as personagens criadas para se movimentarem no mundo virtual e 3D

Notemos que todas as estratégias delineadas para um Stand de uma Feira em que a UBI participe podem contar sempre com os suportes das tecnologias da comunicação e informação, tanto no espaço físico como no espaço virtual e, podemos ainda interligar os dois espaços de forma que o não verbal se assuma como a referência principal. Pode assim forjar-se um programa televisivo, uma vídeo conferência ou entrevistas para serem passadas ininterruptamente num ecrã de grandes dimensões que estará no Stand físico da Feira. Temos também os meios necessários para uma transmissão em circuito fechado que se poderia estender por toda a Feira e, não só no Stand.

Obviamente que tudo o que faz num Stand de uma Feira, pode-se transpor para o virtual⁹² – o nascimento de um País – e, vice versa.

"Never doubt that a small group of thoughtful, committed citizens can change the world. Indeed, it is the only thing that ever has."⁹³

Anthropologist Margaret Mead

O impacto desta citação de Margaret Mead (1901-1978), advem do facto de na época em que foi escrito ainda se estava muito longe das novas tecnologias com que nos deparamos hoje e porque vem quase em tom profético anunciar uma nova era da comunicação que é encetada por novos teóricos da TI, tais como Michael Wesch – outro antropólogo social –, Tim O'Reilly – filólogo de Harvard – e criador da WEB 2.0; Philip Rosedal⁹⁴ e mais interessante é que todos eles foram inspirados

92 O nascimento de um País ou Eu sempre quis voar e não pude. <http://www.youtube.com/watch?v=jQNHG8ADFFg&feature=related>

93 A Portal to Media Literacy (1:01:43) - <http://www.youtube.com/watch?v=J4yApagmr0s>

94 Fundador da Linden Labs e da Second Life em 3D "Rosedale took an interest in computers, technology, and virtual reality from an early age. He started his own company selling database systems to small businesses at 17, and used the proceeds to fund his college education, ultimately received a bachelor of science degree in physics from the University of California, Los Angeles (UCLA) at San Diego."

pelo mundo artificial que Tolkien⁹⁵ criou com um planeta com continentes, ilhas e oceanos que Rosedal copia quase na íntegra para criar o seu Metaverse⁹⁶ *"The Metaverse appears to its users as an urban environment, developed along a single hundred-meter-wide road, the Street, that runs the entire 65536 km (2¹⁶ km) circumference of a featureless, black, perfectly spherical planet. The virtual real estate is owned by the Global Multimedia Protocol Group, a fictional part of the real Association for Computing Machinery, and is available to be bought and buildings developed thereupon.*

Users of the Metaverse gain access to it through personal terminals that project a high-quality virtual reality display onto goggles worn by the user, or from low-quality public terminals in booths (with the penalty of presenting a grainy black and white appearance). Stephenson also describes a sub-culture of people choosing to remain continuously connected to the Metaverse by wearing portable terminals, goggles and other equipment; they are given the soubriquet "gargoyles" due to their grotesque appearance. The users of the Metaverse experience it from a first person perspective.

Within the Metaverse, individual users appear as avatars of any form, with the sole restriction of height, "to prevent people from walking around a mile high". Transport within the Metaverse is limited to analogs of reality - by foot, or vehicle, such as the monorail that runs

95 John Ronald Reuel Tolkien, CBE (IPA: /'tɒlki:n/[1]) (3 January 1892 – 2 September 1973) was an English writer, poet, philologist, and university professor, best known as the author of the high fantasy classic works *The Hobbit* and *The Lord of the Rings*.

Tolkien was Rawlinson and Bosworth Professor of Anglo-Saxon at Oxford from 1925 to 1945, and Merton Professor of English language and literature from 1945 to 1959. He was a close friend of C. S. Lewis – they were both members of the informal literary discussion group known as the Inklings. Tolkien was appointed a Commander of the Order of the British Empire by Queen Elizabeth II on 28 March 1972.

96 The Metaverse is a virtual world, described in Neal Stephenson's 1992 science fiction novel *Snow Crash*, where humans, as avatars, interact with each other and software agents, in a three-dimensional space that uses the metaphor of the real world. The word metaverse is a compound of the words "meta" and "universe".

the entire length of the Street, stopping at 256 Express Ports, located evenly at 256 km intervals, and Local Ports, one kilometer apart.”

O Second Life **não é** um *video game* e, a prová-lo estão já instaladas nesse mundo virtual universidades prestigiadas como Universidade de Aveiro – *“É a primeira instituição de ensino portuguesa a estar presente na plataforma on-line estando prevista a aquisição de espaço numa ilha onde edificará as suas instalações virtuais.*

Os edifícios, já em construção, ocuparão um espaço próprio numa ilha destinada a acolher projectos educativos que visam explorar as capacidades do Second Life como espaço de troca de conhecimentos.

Na secção da ilha que será designada por Aularium, a Universidade de Aveiro pretende colocar à disposição dos utilizadores portugueses três salas de 50 lugares cada uma equipadas com tecnologia de áudio, vídeo e slideshow.

Como em todas as universidades reais, deverá existir ainda um Auditorium com capacidade para 150 pessoas, que está por sua vez reservado a palestras, reuniões e conferências.

Este projecto, denominado “second.ua”, está a ser desenvolvido por professores da Universidade de Aveiro com a participação de cinco alunos da licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação.

O Second Life já possui 70 universidades internacionais, incluindo a Harvard Law School e Princeton.” ⁹⁷, Universidade de Aveiro, Universidade do Algarve, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e a Universidade do Porto para além de universidades e instituições como Penn State, University State Califórnia, Columbia, Duke, Drexel, University of Edinburgo, University of Queensland, Newcastle University, University of Ohio e Case Western Reserve

⁹⁷ <http://exameinformatica.clix.pt/noticias/internet/214962.html>

University. Tem ainda o New Media Consortium (NMC), consórcio de 236 faculdades, universidades e centros de pesquisa ao redor do mundo, promove o uso desse novo meio e da nova tecnologia para apoiar o ensino. O NMC está activamente envolvido nas explorações do mundo virtual e oferece um campus virtual do Second Life, oferecido pela Linden Lab a educadores por um semestre para experimentar como é o ensino no Second Life. Essas aulas guias normalmente resultam na continuação do projecto num espaço adquirido o efeito.

A popularidade da Second Life no ensino superior, deve-se a que a Linden Lab⁹⁸ oferece uma infra-estrutura completa, com ferramentas para a manipulação do mundo virtual enquanto os habitantes são livres para criar o seu próprio contexto e direitos de propriedade intelectual.

Em 26 de Janeiro de 2008 o Jornal “Sol” publica: “Universidades de medicina ensinam através do Second Life”

Na Second Life estão a ser utilizados por universidades de medicina no Reino Unido como locais para melhorarem as aptidões dos alunos nas interacções com os doentes.

A Universidade de Coventry marca presença desde o início deste ano lectivo (2007/2008) no Second Life, com módulos de aprendizagem que permitem aos alunos obterem competências a nível de gestão hospitalar.

A St. George’s Medical School é outro estabelecimento de ensino superior que vê o mundo virtual como uma maneira de incentivar a aprendizagem, incidindo particularmente capacidades de relacionamento médico-paciente.

98 A 6 de Agosto de 2008 a Linden Lab anuncia alterações na Mainland, <http://www.slportugal.com/2008/>

Ambas reconhecem vantagens na utilização daquela plataforma para fins de aprendizagem e apontam o feedback positivo dos alunos.”

Para Maggi Savin-Baden⁹⁹, da Universidade de Coventry, o Second Life possibilita que os alunos «*tenham a sensação de estarem no mesmo quarto ou mesmo espaço que outros participantes no processo, o que torna tudo mais activo*».

Outra das vantagens é apontada por Emily Conradi¹⁰⁰, da St. George's Medical School, que destaca o potencial do Second Life de «*conseguir reunir estudantes de todo o mundo para escutar oradores especializados provenientes de qualquer local do mundo*». **Fonte: SOL** in 26 de Janeiro de 2008.

Michael Wesch dá-nos uma explicação cabal do que é a comunicação em Web2.0¹⁰¹ numa palestra *A Portal to Media Literacy* recentemente na *University of Manitoba* em 17 de Junho de 2008¹⁰², onde nos dá uma explicação de como as redes na educação funcionam e quais os melhores métodos para se obterem melhores resultados nos ambientes virtuais.

Novamente no mundo real – não descurando que estas indicações são também válidas para o ambiente virtual -, as entrevistas para várias faixas etárias impõem várias entrevistadoras e diversificados entrevistados. Desde a entrevista formal, em que a entrevistadora terá de usar um vestuário sóbrio, quanto baste, apropriado para a ocasião até uma conversa mais informal, com uma ou um entrevistador com aparência mais casual ou até desportiva e com uma abordagem mais

99 Professor of Higher Education Research

100e-Projects Manager St George's University of London

101 Kansas State University, Anthropology Program

102 <http://www.youtube.com/watch?v=J4yApagnr0s>

abrangente numa estratégia não verbal delineada para cada público específico.

A pessoa, enquanto entrevistadora, que pode ser ou não do staff das Relações Públicas da UBI, deve sempre encarnar a personagem do rosto da notícia com as cores da Universidade, isto é, dar a imagem da vinculativa convicção.

As entrevistadoras seleccionadas através de casting devem ser aprovadas por um assessor de imagem e terão de ter em conta as capacidades destas para personificarem a interlocutora de acordo com os vários entrevistados, tendo sempre em conta factores que são para nós fundamentais: pronúncia das palavras, tom e timbre de voz, e linguagem corporal expressiva.

É, para nós, de suma importância que as entrevistadoras saibam interpretar, tão completamente quanto possível, a linguagem não verbal dos entrevistados. Não ter uma lista de perguntas que têm de ser respondidas de imediato mas sim a capacidade de adaptar ao entrevistado, dando, ao entrevistado, a oportunidade de concluir um raciocínio lógico e perceptível.

Numa comunicação humana há sempre o factor inter-individual, interno-externo e individual-colectivo, daí a necessidade da descodificação e interpretação da linguagem silenciosa do outro, a fim de que não haja inúmeras interpretações despropositadas. Temos de estar sempre conscientes dos sinais que emitimos, e fazê-lo de forma a que esses sinais sejam interpretados pelos receptores de forma inequívoca.

Há que haver um cuidado especial em não deixar que a transferência¹⁰³ de emoções ocorra em full-duplex, isto é, simultaneamente nos dois sentidos. Aqui, como no verbal, é mais

103 Brockman, Richard “Um mapa da mente”, Editora Fim de Século, 2001 [225; 226]

importante o “como se diz” (Comunicação Não Verbal) do que “o que se diz”. Daí a importância da expressão corporal, e principalmente do timbre e o tom da voz.

O tom da voz; o volume; a rapidez ao falar; os silêncios; ritmo e fluidez, são elementos da CNV¹⁰⁴ porque embora esteja sempre presente o verbal, a CNV impõe-se.

Assim como os entrevistados das várias áreas do saber são diversificados, também as entrevistadoras serão diferentes e a UBI tem uma riqueza abundante e bem qualificada nas Ciências da Comunicação.

Logo que começa uma interacção, seja num Stand de uma Feira, quer numa entrevista ou vídeo conferência assim como num programa televisivo, os canais da comunicação não verbal podem ser percebidos em duas vertentes, em que a primeira trata da expressividade da face, o olhar, o odor corporal, os gestos e a postura. A segunda vertente expressa-se na moda, adornos, objectos do dia a dia e da arte, a organização do espaço físico e ambiental.

Não devemos olvidar também que a linguagem não verbal é mais antiga que a linguagem verbal e que o não verbal está enraizado em nós desde tempos imemoriais, logo a primeira comunicação é não verbal e tanto entrevistadora como entrevistado interagem a nível inconsciente e, isso vai condicionar a entrevista. É natural que quem assista à entrevista perceba as nuances subtis da comunicação, entre ambos, melhor que os intervenientes directos na acção.

Óscular a entrevistada, dá de imediato um ar de informalidade e põe a entrevista num campo mais descontraído. O tratamento de familiaridade deve apenas ser usado com a faixa etária dos jovens.

104 CNV – Comunicação Não Verbal

Estatuto do Não Verbal (Proxémica) nas Estratégias das Relações Públicas no
meio Universitário: O Virtual nas RP

Afinal é este o *Admirável Mundo Novo* de que nos falava Aldous
Huxley.¹⁰⁵

105 <http://www.youtube.com/watch?v=0CjdlYOSPc>

Conclusão

Não foi nunca nossa intenção desatender aos princípios que norteiam as Relações Públicas nas suas quatro componentes principais clássicas: *Pesquisa* (análise da situação); *Planeamento* (definição de objectivos); *Acção* (implementação) e a *Avaliação* (eficácia).

Debruçá-mo-nos principalmente na componente virtual das RP, porque achámos que neste momento representa o calcanhar de Aquiles de todas as RP.

O não se ter entrado ainda no mundo das estratégias virtuais não desfigura as RP, antes pelo contrário, pensamos mesmo que se estão a preparar para mergulhar a fundo nesse mundo fantástico tal como as universidades já citadas o fizeram com algum sucesso. Não é apanágio da UBI ficar impávida e serena perante os desafios que se lhe colocam e, não é agora que as RP da UBI o vão fazer. Estou em crer que as RP aprenderam com o passado recente que não nos podemos dar ao luxo de ficarmos a olhar para dentro, no entanto, seria óptimo se pudessem fazer um meeting com as universidades portuguesas que já ultrapassaram essas barreiras e se lançaram na Second Life com entusiasmo e determinação. Segundo me foi dado verificar através de indagações junto de alguns elementos das RP da UBI, estas estão a caminhar num sentido lógico, prudente e seguro, mas também consiro

que se pode ir pouco mais além e penso que deixei aqui algumas sugestões nesse sentido.

Após ter consultado variada bibliografia referente às RP, concluí que a minha análise em nada contraria os conceitos básicos teóricos das mesmas fontes. Deram-me, isso sim, um background substancial para o meu trabalho em curso. No fundo foi-me dada uma inspiração para a pesquisa no desenvolvimento das teorias das relações públicas no todo e não só nas RP da UBI. No fundo ficamos com a sensação de que as RP da UBI sabem que estão aquém das suas reais capacidades.

Com efeito podemos inferir que a Comunicação Não Verbal nas Relações Públicas é uma *peça*¹⁰⁶ fundamental para uma boa Estratégia de Relações Públicas, principalmente quando se trata, neste estudo de caso, do Virtual nas RP da Universidade da Beira Interior.

Não se pode, contudo, extrapolar esta comunicação para todas as formas de estratégias em RP, porque nem toda a comunicação é interactiva, confundindo-se muitas vezes comunicação com informação, esta comunicação não verbal vai para além da comunicação verbal, pois cada um entende a linguagem do outro de forma diferente¹⁰⁷, independentemente de o léxico ser ou não comum, isto porque não há não-comunicação, mas há informação, não informação ou informação insuficiente e, contra-informação.

O papel do porta-voz não tem de ser necessariamente vinculado pelas RP, mas tem de passar por estas, uma vez que serão sempre as RP que redigirão a informação a ser passada ao público.

Como qualquer outra linguagem, a linguagem corporal tem também palavras, frases e sinais de pontuação e todo um léxico em que cada gesto é como uma só palavra e, uma palavra pode ter vários

106 Eco, Umberto, *COMO SE FAZ UMA TESE*, [52;53], Editorial Presença, 2007

107 Ghiraldelli, Paulo Jr., *Júlia Roberts e a Filosofia (no Final do Século XX)* in *A Página de Educação*, Universidade Estadual Paulista / Marília, São Paulo, 2007

significados. Assim o gesto, enquanto palavra, em determinado contexto, forma parte de uma frase e só então conheceremos o seu verdadeiro significado.¹⁰⁸

A cara está constituída por uma série de elementos que transmitem muita informação, através da expressão. Os primeiros habitantes a utilizar o rosto humano com fins científicos foram os Caldeus desde cerca de 4.000 a.C. Trata-se da psicofisionomia¹⁰⁹, cujo objectivo é conhecer as pessoas através da sua cara, como diz o provérbio: *A cara é o espelho da alma*.

Os filósofos Platão, Aristóteles e Pitágoras já usavam a psicofisionomia para seleccionar os seus alunos.¹¹⁰

Um bom observador será capaz de analisar globalmente uma situação, lendo correctamente as frases não verbais e compará-las com as orais e, se existem discrepâncias, há que desconfiar do que ouvimos antes do que vemos.¹¹¹

Na comunicação não verbal temos pois um face-a-face que determina a relação entre quem quer comunicar algo a alguém, no presente caso O Virtual nas RP da Universidade da Beira Interior, e um grupo de polarização que está levando a cabo uma Estratégia de RP, para transmitir a imagem da Universidade da Beira Interior ao outro grupo, a sociedade, logo a estratégia tem de passar pela compreensão mútua de ambos os grupos.¹¹²

A persuasão é uma das estratégias que as RP da Universidade da Beira Interior tem levado a cabo ao longo dos anos a fim de captar da comunidade estudantil do ensino secundário os seus futuros alunos.

108 Vela, Andrés Mínguez, *LA OTRA COMUNICACION – Comunicacion no Verbal*, Editora ESIC, 1999

109 *idem*

110 *ibidem*

111 *ibidem*

112 Cacioppo, John, *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Westview Press, 1984.

Esta persuasão nem sempre é conseguida devido aos factores de dissonância entre os elementos das Relações Públicas e da sociedade, dando a impressão de estarem de costas voltadas. Não podemos ignorar que a persuasão é o fim último das estratégias de RP¹¹³

Assim, a maneira mais prática de analisar a natureza de uma de uma Instituição, é ver como se desenrola o seu crescimento.

José Fernandes

113 Moloney, Kevin, *Rethinking Public Relations*, Editora Routledge, 2006

Bibliografia

Aguiar, Vera Teixeira de, *“A Linguagem solta o verbo – a relação entre as linguagens: “ O verbal e não-verbal”*”, Universidade do Rio Grande do Sul, www.facasper.com.br

Bachelard, Gaston. *“A poética do devaneio”*, São Paulo: Martins Fontes, 1996

Cacioppo, John, *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Westview Press, 1984.

Caria, Maria Helena, *“Métodos de Pesquisa de Informação”*, Escola Superior de Saúde

Cutlip, Scott, *Relaciones Publicas*, Ediciones Rialp, 1964

Carvalho, Ana Amélia, *“Integration of Podcasts with undergraduate and graduate students and their reactions”*, Universidade do Minho, FCT, PTDC/CED/70751/2006 CIED

Clark, Cynthia, *“Non-verbal clues of lies: learned or natural?”*, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2008

... Comportamento social interpessoal, *“Comunicação não-verbal”*
Fenomenologia dos comportamentos não-verbais estudados na psicologia social.

Davis, Flora, *“La comunicación No Verbal”*, Madrid. Alianza Editorial S.A. 2004

Devinna, Ronin, *“Maior abertura portuguesa no Second Life”*, Second Life(R) Portugal, 14 de Julho 2007

DOMINGUES, DAVID, Uma questão de antena, *Invencíveis*, Maio de 2002, [<http://www.audacia.org>]

Eco, Umberto, *COMO SE FAZ UMA TESE*, Editorial Presença, 2007

... **El Litoral.com** *“Oara comunicarse com claridad”*, 7 de Julho de 2008

Elias, Herlander, *“e-RP As Relações Públicas na Era da Internet”*, Universidade da Beira Interior – www.bocc.ubi.pt

... **EruptingMind.Com** *“Falando a sua mensagem sem falar – A importância da comunicação não verbal”*, 10 de Abril de 2008

Ferreira, Hugo Ricardo Chaves, *“Comunicação Não Verbal: Cinésica, Proxémica e Paralinguagem”*, Universidade de Coimbra, 2001

Goffman, Erving, *A apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Editora Relógio D'Água, 1993

Haig, Matt, *“e-PR - The Essential Guide to Public Relations on the Internet”*, Published by Kogan, 2000

Hall, Edward, *A Dimensão Oculta* – Relógio D'Água Editores, 1966

Haywood, Keen, *“The connected world de Michael Wesch (and his students)”*, University of Texas, 15 Julho 2008

Huffman, David A. *“A Method for the Construction of Minimum-Redundancy Codes”*, Associate, IRE

... *“Intersecção com as teorias do contemporâneo”*, <http://www.unicamp.br/~hans/mh/intersec.html> 03 de Agosto de 2008

... **La Comunicación verbal y no verbal: Requisitos para una buena comunicación oral.**

Marlow, Eugene, "Electronic Public Relations", Wadsworth Publishing Company, 1996

Mehrabian, A., "*Silente Messages*", Belmont, CA: Wadsworth, 2007

Mehrabian, Albert, "*Segredos pouco conhecidos dos melhores comunicadores*", Universidade da Califórnia, Los Angeles, tradução de Karen Shishiptorova

Mesquita, Rosa Maria, "*Comunicação não-verbal: Relevância na Actuação Profissional*", Rev. Paul. Educ. Fís., São Paulo, 17 de Março de 1998

Moloney, Kevin, Rethinking Public Relations, Editora Routledge, 2006

Nierenberg, Gerard, Como Observar as Pessoas, Editora "Livros do Brasil", 1971

O'Reilly, Tim, "*Conceituando o que é a Web 2.0*"
<http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>

Pereiro, Prof. Dr. Xerardo, "*Tema 6: Antropologia Linguística e da Comunicação*" Apontamentos de Antropologia Cultural 2005-2005, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

Pita, Susana Topete de Oliveira, "*As interacções no Second Life: a comunicação entre avatares*", Prisma nº6, Universidade do Minho, 7 de Abril de 2008

Queirós, Prof. Doutor Francisco, "*Psicologia da Escrita*", 9 de Fevereiro de 2008

... **Resources** - "*PR case studies*" 2008 Public Relations Institute of Australia. PRIA. ALL

Ramos, Graciliano, *“Linguagens não-verbais”*, SHVOONG, 10 de Abril de 2006

Rodrigues, Isabel Galhano, *“Comunicação não-verbal e filmes etnográficos: os movimentos do corpo como património imaterial”*, Faculdade de Letras da Universidade de Letras, Prisma.com

Sousa, Jorge Pedro, *“Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media”*, Porto 2006, www.bocc.ubi.pt

Souza, Tania C. Clemente, *“Discurso e Imagem: perspectivas de análise do não verbal”*¹¹⁴ Abril de 2000

Souza, Tania C. Clemente, *“Comunicação não-verbal: O acessório e o essencial”*, La Plata e Buenos Aires, Agosto de 1997

... **Tips & Strategies – Tips for Electronic Public Relations**, Shank Public Relations Counselors, 25 de Junho 2008

Vasconcellos, Stela *“O poder da Comunicação Não-Verbal”*, Estudos de Teoria da Comunicação <http://comunicacao.com.via6.com>

Xifra, Jordi; **Huertas**, Assumpció *“Blogging PR: An exploratory analysis of public relations weblogs”*, Public Relation Review 34 (2008)

... *Public Relation in Second Life in*

http://text100.tvpepad/photos/uncategorizad/sl_macfound_panel1.jpg

Silvano, Filomena, *Antropologia do Espaço*, Editora CELTA, 2007

Souza, Tania C. Clemente de, *“A análise do verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação”* Ciberlegenda, número 6, 2001

... *“União Europeia sinaliza que tem planos para ingressar no Second Life”*, Mundo Linden . Second Life 03 de Março de 2007

114 Máster Universitário em Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação

Vela, Andrés Mínguez, LA OTRA COMUNICACION – Comunicacion no
Verbal, Editora ESIC, 1999

“The connected world de Michael Wesch (and his students),

Wiener, Norbert, “*Shannon e a Teoria da Informação*”, (1948)

Winkin, Yives, Antropologie de la communication, Éditions du Seuil,
2001

Winkin, Yives, A Nova Comunicação – Da Teoria ao Trabalho de
Campo, Editora Papirus, 1998

Zastrocky, Michael; **Lowendahl**, Jan-Martin; **Harris**, Marti, “*Second
Life Permite a expansão do ensino superior em 3D*” 4 de Julho 2008,
<http://info.abril.com.br>

Índice Temático

Agradecimentos.....	1
Introdução.....	3
Objectivos.....	8
Desenvolvimento.....	9
Primeiro Capítulo.....	14
A Proxémica nas Relações Inter-pessoais.....	15
A Antropologia do Espaço.....	17
Segundo Capítulo.....	24
Comunicação não verbal no relacionamento extrapessoal	
As Relações Públicas no não verbal.....	25
Terceiro Capítulo.....	32
O impacto das Relações Públicas no meio universitário.....	33
A projecção da Universidade da Beira Interior	
no mundo académico.....	36
Quarto Capítulo.....	44
A projecção da Universidade no exterior.....	45
A projecção da Universidade na Internet.....	54
Conclusão.....	78
Bibliografia.....	82