

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS

MAIARA PREICHARDT

**NOTÍCIAS TRENSURB: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE UM VEÍCULO
DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA**

PORTO ALEGRE

2015

MAIARA PREICHARDT

**NOTÍCIAS TRENURB: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE UM VEÍCULO
DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dra. Enoí Dagô Liedke

PORTO ALEGRE

2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado **Notícias TRENSURB: análise de conteúdo de um veículo de comunicação dirigida**, de autoria de **Maiara Preichardt**, estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas, desenvolvido sob minha orientação.

Porto Alegre,.....de..... de 2015.

Assinatura: _____

Nome completo da **orientadora**: Prof.^a Dra. Enói Dagô Liedke.

MAIARA PREICHARDT

**NOTÍCIAS TRENURB: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE UM VEÍCULO
DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dra. Enói Dagô Liedke

Aprovada pela banca examinadora em:dede 2015.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dra. Enói Dagô Liedke - UFRGS
Orientadora

Prof.^a Dra. Helenice Carvalho – UFRGS
Examinadora

Prof.^a Dra. Vera Regina Schmitz – UFRGS
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Primeiramente à minha família, meus pais Valdemar e Salete, por terem me ensinado a ser humilde e sempre respeitar as pessoas, e especialmente minha mãe por ter me ajudado e entendido minha preocupação na fase final do trabalho. Minhas irmãs Carina e Viviane que sempre me ajudaram e fizeram tudo por mim.

A professora Enoí Liedke que foi essencial na realização desse trabalho por ter aceitado ser minha orientadora.

Aos amigos (as) de verdade, os que me incentivaram e me ouviram durante os momentos de cansaço, preocupações e ansiedade, em especial minha amiga Laísa que esteve todo tempo me dando apoio proporcionando que eu desse muitas risadas durante essa pesquisa.

Ao Francis, por ter ficado do meu lado sempre, por aguentar todo meu mau humor, minha preocupação e minhas reclamações achando que não ia dar tempo e por não ter me deixado desistir de forma alguma, entendendo a distância nos momentos de dedicação ao trabalho.

RESUMO

O comportamento das organizações se modificou diante de um cenário globalizado de transformações responsável também por influenciar a evolução da comunicação organizacional, tanto externa como interna, que assumem papel estratégico no ambiente e nos relacionamentos empresa/funcionário. Considerando isso, o presente trabalho tem como objetivo realizar uma análise de conteúdo do veículo de comunicação dirigida “Notícias TRENSURB” para verificar se suas mudanças refletem um posicionamento da empresa que aproxima e valoriza o colaborador interno. Como metodologia foram construídas duas tabelas classificatórias estabelecendo características e dados a serem analisados na sequência. A pesquisa constatou que várias mudanças positivas aconteceram, com o passar do tempo e a evolução do boletim, que refletem maior aproximação da Trensurb com seu público interno, mas verifica-se, também, que alguns pontos referentes à comunicação no sentido de construir um relacionamento mais participativo do funcionário precisam, ainda, ser trabalhados de forma mais efetiva.

Palavras-chave: organização; comunicação organizacional; comunicação interna; comunicação dirigida; veículo; jornalismo empresarial.

ABSTRACT

The behavior of organizations has changed before a responsible global transformations scenario also for influence the evolution of organizational communication, both external and internal, which assumes a strategic role in the company environment and employee relationships. Considering this, the main focus of this monograph is to analyze directed communication of "News TRENSURB", with the aim to observe if the changes at the publication reflects a positioning of the company in approaching and appreciates the internal employee. The methodology was built with two league tables setting features and data to be analyzed in sequence. The study found many positive changes with the passage of time and with the newsletter evolution, which reflects strait the Trensurb with its workforce. But it turns out, too, some points concerning the communication in order to build a relationship more participatory employee also must be worked more effectively.

Keywords: institution; organizational communication; internal communication; directed communication; business journalism.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Comunicação organizacional integrada	20
FIGURA 2 – Natureza técnica dos canais	38
FIGURA 3 – Análise das diferenças entre os canais.....	39
FIGURA 4 – Nomenclatura.....	48
FIGURA 5 – Nomenclatura.....	48
FIGURA 6 – Pequena alusão textual aos funcionários	48
FIGURA 7 – Coluna “Aniversários da Semana”	50
FIGURA 8 – Coluna “Perfil Nosso”	51
FIGURA 9 – Nova nomenclatura: “Notícias TRENURB”	53
FIGURA 10 – Sessão Editorial	54
FIGURA 11 – Funcionários com o boletim em mãos.....	55
FIGURA 12 – Selo de reciclagem na capa.....	56
FIGURA 13 – Coluna “Ponto a Ponto”	58
FIGURA 14 – Coluna “Conexões Organizacionais”	60
FIGURA 15 – Selo comemorativo dos 30 anos da Trensurb.....	61
FIGURA 16 – Nome de funcionários na capa	62
FIGURA 17 – Nomes de funcionários e selo de 30 anos na capa	64
FIGURA 18 – Matéria comemorativa de capa.....	65
FIGURA 19 – “Sessão em Foco”: A força da mulher metroviária.....	66
FIGURA 20 – Coluna “Há 30 Anos”	67

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Quanto à natureza técnica do canal de comunicação	43
TABELA 2 – Evolução quanto ao conteúdo comunicacional do material	45

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 ORGANIZAÇÕES	13
3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	19
3.1 Comunicação organizacional: processo evolutivo	22
3.2. Dimensões da comunicação organizacional	26
4 COMUNICAÇÃO INTERNA	30
4.1 Comunicação dirigida	35
4.2 Jornalismo empresarial	36
5 NOTÍCIAS TRENSURB: ANÁLISE DE UM VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA	40
5.1 Proposta metodológica	40
5.2 A organização TRENSURB	42
5.3 Classificação inicial do objeto: quanto à natureza técnica do canal	43
5.3.1 <i>Análise quanto à natureza técnica do canal</i>	44
5.4 Classificação inicial do objeto: quanto ao conteúdo	45
5.4.1 <i>Análise quanto ao conteúdo do canal</i>	47
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	73
ANEXOS	77

1 INTRODUÇÃO

Assim como a Revolução Industrial foi responsável pela mudança do sistema político e econômico no século XIX, vivemos agora um avanço tecnológico que se baseia na disseminação rápida e ampla das informações, o que Vieira (2004) chama de Revolução da Indústria Cultural, que gera um cenário que acaba por criar modificações nas organizações, principalmente na forma de se comunicar com seus públicos. Pontua-se que até o final da década de 1990 as instituições se comunicavam, segundo Kunsch (2009a), de um modo mais funcionalista, que parecia até então suficiente para construir e manter a credibilidade com seus públicos, trabalhando, apenas, com a divulgação das informações e ações considerando que o comportamento comunicacional poderia ser perceptível e tátil, calculado e que seguisse padrões pré-definidos. Não havia preocupação em construir um relacionamento junto aos colaboradores, mas, esse processo sofreu intensas mudanças nos modelos de gestão das empresas para atender às novas demandas da sociedade capitalista contemporânea.

Baldissera (2010b) destaca a ideia de organizações como sistema vivo e que sua relação com a comunicação é essencial, uma vez que essas existem a partir do relacionamento entre sujeitos que se comunicam interagem em busca de objetivos comuns. Considerando isso, fazer com que as informações cheguem até as pessoas através de meios de comunicação é essencial para que todos, dentro de uma organização, saibam seus objetivos, estratégias, metas e formas de atuação viabilizando o surgimento de um relacionamento interpessoal mais harmônico, no qual todos compartilham dos mesmos anseios. Através dessas atitudes se cria um ambiente de transparência onde o funcionário se torna comprometido com os ideais da organização, tornando-os também parte dos seus.

Para chegar ao modelo de comunicação atual, Kunsch (2006) chama a atenção para o papel decisivo da globalização em seu processo de configuração. Com o fim da Guerra Fria em 1989, a globalização e a revolução tecnológica, as empresas foram direcionadas a enfrentarem um novo cenário mundial, com mercados globais e competitivos. Nesse contexto de transformações, o comportamento das organizações também se modificou no que diz respeito à Comunicação Organizacional, que passou a ser fundamental e assumir um caráter estratégico. Kunsch (2009a) discorre que mesmo em tempos modernos, algumas

instituições ainda mostram comportamentos baseados em uma cultura tradicional e impositiva do século XIX. A autora defende a institucionalização de uma nova filosofia organizacional orientada por perspectiva integrada, através da abertura dos canais de diálogo que ouça e dê voz aos públicos, trabalhando de forma abrangente na medida em que considera toda complexidade do fenômeno comunicacional. Vieira (2004) também é a favor do diálogo constante das organizações com seus públicos para que se resolvam questões de relações entre ambos, ainda mais diante das novas demandas sociais incluindo a revolução tecnológica, onde comunicadores são transformados em simples cumpridores de tarefas recolhidos a um tecnicismo restrito.

Kunsch (1997) afirma que no âmbito do mix da comunicação organizacional integrada a comunicação interna é uma área vital e não pode ser posta de lado por viabilizar uma relação efetiva da organização com seus empregados, através do uso de políticas, estratégias e objetivos realizando um trabalho em equipes, pois a qualidade da comunicação necessita que se abram as informações, sempre fazendo uso da autenticidade e da verdade como princípio norteador; zelando pelo respeito às diferenças individuais em benefício da organização e de seus colaboradores com a existência de canais de comunicação eficientes para uma comunicação simétrica de duas mãos.

Marchiori (2006, p. 210) reforça que para comunicar num ambiente de diferenças que é a organização, é necessário “segmentar a comunicação para que ela efetivamente traga alguma mudança” e gere uma resposta do público no processo como um todo, mostrando a necessidade cada vez maior de personalizar as informações na busca por um ambiente de valorização e confiança mútua. Para isso, o uso de veículos de comunicação serve como suporte na gestão efetiva da comunicação de qualidade.

Considerando esse cenário de mudanças, no comportamento das organizações em relação a seus públicos, para essa pesquisa buscou-se o Setor de Comunicação Social Integrada da Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre - S.A - TRENSURB, que produz o Notícias TRENSURB, material, atualmente, composto por doze páginas que é distribuído internamente em todos os setores da empresa quinzenalmente no formato impresso.

O objetivo geral desse trabalho é realizar uma análise de conteúdo do veículo de comunicação dirigida Notícias TRENSURB, buscando a identificação se as

mudanças de características e conteúdo contribuíram para uma aproximação e valorização da empresa em relação ao público interno. Por sua vez, têm-se como objetivos específicos: a) delimitar em qual tipo de veículo de comunicação o material se encaixa; b) identificar o surgimento, a evolução e a atualização do material em questões de conteúdo, formatação e distribuição; c) pontuar as mudanças mais significativas que ocorreram entre as edições.

Com intuito de alcançar esses objetivos, divide-se esse trabalho em seis capítulos, sendo o primeiro essa introdução seguido por quatro capítulos de desenvolvimento e tendo no último as considerações finais.

O segundo capítulo é focado em expor a evolução da teoria das organizações e sua importância social e pessoal na contemporaneidade. Para isso são utilizados conceitos apresentados por Motta (1986) no que tange a evolução que levou a uma teoria das organizações e Kunsch (2003) para falar da importância do posicionamento das organizações diante da sociedade, reforçados por Marchiori (2006, 2008a) e Oliveira e Paula (2007).

A ótica do terceiro capítulo trata da comunicação organizacional conceituada por Kunsch (2003), seguida da perspectiva integrada que propõe a autora. Torquato (2002) colabora com a visão de uma comunicação multidisciplinar e abrangente. A seguir tem-se Kunsch (2006, 2009a) explanando um panorama histórico do processo evolutivo da teoria da comunicação organizacional influenciada pelo mundo globalizado, o que é reforçado por Oliveira e Paula (2007). Finalizando o capítulo Kunsch (2010) trata das dimensões da comunicação organizacional.

O quarto capítulo discute o processo de comunicação interna como área vital no ambiente das organizações embasado por Marchiori (2006) quando discute a necessidade de valorização das relações internas de forma estratégica pela criação de ambientes de trabalho que passem confiança. Kunsch (2003) complementa os conceitos defendendo uma gestão da comunicação interna mais participativa que valorize o funcionário pelo uso de canais efetivos de comunicação. Fortes (2003) e Kunsch (2003) conceituam o que vem a ser a comunicação dirigida, finalizando com a teoria do jornalismo empresarial de Torquato (1897).

No quinto capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados e na sequência o desenvolvimento da análise da pesquisa relacionando com o esteio teórico. Trata-se esse trabalho de um estudo de caso (Yin, 2010) que utiliza o método de análise de conteúdo, tomando como base conceitos de Bardin

(2011), sem, contudo utilizar-se das classificações estabelecidas pela autora. A sistemática de análise utilizada foi a comparação de características gráficas e editoriais (dimensões, impressão preto e branca ou colorida, tipo de papel, etc.), temas e enfoques abordados nas matérias (assuntos sobre a organização ou sobre colaboradores) entre outras. O último capítulo compreende as considerações finais onde são apresentadas as constatações e reflexões permitidas a partir da análise do material selecionado relacionadas à comunicação organizacional e o relacionamento com o público interno.

2 ORGANIZAÇÕES

Kunsch (2003) afirma que organizações sempre estiveram presentes na história da humanidade desde seus primórdios, mas com o advento de grupos mais desenvolvidos houve um aumento relevante desse quadro resultando no fato de que “a sociedade moderna contém um número incomensuravelmente maior de organizações” (ETZIONI, 1980¹ p. 35 *apud* KUNSCH, 2003, p. 19) para atender a crescente demanda de necessidades tanto das pessoas como dos próprios agrupamentos em si. As carências vão desde as mais básicas como se alimentar e se locomover até as que envolvem cultura e qualidade de vida, todas elas atendidas por meio das diversas organizações.

Nascemos em organizações e quase todos nós somos educados por organizações, e quase todos nós passamos a vida a trabalhar para organizações. Passamos muitas de nossas horas de lazer a pagar, a jogar e a rezar em organizações. Quase todos nós morreremos numa organização e, quando chega o momento do funeral, a maior de todas as organizações – o Estado – precisa dar uma licença especial. (ETZIONI, 1980, p. 7 *apud* KUNSCH, 2003, p. 20).

Kunsch (2003) fala também que pela configuração do mundo atual, inserido no contexto de um mercado globalizado, competitivo e muitas vezes intimidador, surgem também variadas possibilidades, criando um ambiente favorável para o surgimento dessas novas organizações que buscam obter espaço numa espécie de luta para a sobrevivência, já que, estamos diante de uma sociedade cada vez mais desenvolvida que amedronta, mas que também oportuniza. Baldissera (2009) complementa afirmando que se baseado no perfil da sociedade moderna as organizações buscam tecer o que acreditam junto da rede social em que estão imersas que se caracteriza por um ambiente de mudanças permanentes.

Motta (1986) afirma que a teoria da administração de forma geral se originou com a preocupação focada na produtividade sendo impulsionada pela Revolução Industrial. Com isso a antiga sociedade estamental característica da Europa do século XVIII foi perdendo espaço pelo desenvolvimento da indústria que passou a produção dos pequenos produtores para as grandes fábricas, conseqüentemente fazendo com que as populações se deslocassem para as cidades em busca de

¹ ETZIONI, Amitai. *Organizações modernas*. Trad. De Minam L. Moreira Leite. 6ª ed. São Paulo: Pioneira, 1980.

oportunidades. Diante dessas mudanças, surgiu a necessidade de além do trabalho em si, a sociedade também ser organizada de forma mais racional.

Segundo Motta (1986), Charles Fourier foi um dos precursores no que tange a estudar uma reconstrução da sociedade arcaica visando avançar para uma nova cultura material. Fourier acreditava que o trabalho deveria considerar as habilidades das pessoas adaptando-as para que produzissem de forma a obter prazer no que fazem tendo como consequência o aumento da produção. Outro precursor foi Robert Owen por suas ideias empreendedoras que defendiam que os trabalhadores fossem qualificados através do oferecimento de treinamento, e para colocar em prática seus anseios reduziu jornadas de trabalho substituindo castigos por conselhos e avisos prévios.

Motta (1986) também discorre sobre os que ficaram conhecidos como pioneiros da teoria da administração, fundando a chamada Escola Clássica e defendiam a ideia de que um bom administrador era considerado na medida em que fosse capaz de planejar e gerenciar não somente os afazeres dos subordinados, mas também seu comportamento. Frederick Taylor ganha destaque por ter se preocupado em racionalizar a organização do trabalho, acreditando que no processo de tomada de qualquer decisão, o homem deve ter consciência dos fluxos das ações para também compreender quais podem ser as consequências, maximizando suas decisões.

Segundo Motta (1986), Taylor defendia o estudo de metodologias que além de simplificar o trabalho também reduzissem o tempo necessário para sua execução. Com isso, seria estabelecido um padrão que maximizaria a eficiência do sistema produtivo com vistas ao aumento do lucro e da produção, mas era necessário “a seleção, o treinamento e controle dos trabalhadores” (MOTTA, 1986, p. 8). Taylor imaginava que além de padronizar o trabalho era preciso encontrar quem o executasse sem questionar.

Henri Fayol, segundo Motta (1986), complementou as ideias desenvolvidas por Taylor, voltando-se para a racionalização não só do trabalho, mas também da estrutura administrativa que iria gerenciar esse processo. Classificou como funções do administrador: “*planejar, organizar, coordenar, comandar e controlar*” (MOTTA, 1986, p. 9) como forma de alcançar um trabalho mais produtivo, sendo necessário dividir e organizar as atividades para que fossem especializadas, por meio de unidades que comandassem e controlassem o processo.

As organizações tradicionais ou mecanicistas que tinham como modelos funcionais o taylorismo [...] baseavam-se na produção em massa, na economia de escala e numa grande estrutura vertical. O alto nível de formalização e especialização, a rigidez e a unidade de comando, bem como a utilização de formas tradicionais de departamentalização, são algumas características predominantes dessas organizações até a década de 1970. (KUNSCH, 2003, p. 55).

Oliveira e Paula (2007) dizem que pelo taylorismo o empregado era considerado como mero repetidor de tarefas mecânicas, não tendo noção do complexo sistema de produção como um todo, e que bem mais tarde passou-se a reconhecer o trabalho como algo vivo e intelectual, com causa social dando espaço criação e imaginação. Superou-se o dito “trabalho alienado” pelas mudanças do mundo moderno onde os trabalhadores são agora interessados pelo que acontece no ambiente organizacional passando os movimentos da informação a ter valor indiscutível no processo produtivo, com um novo direcionamento para atender estímulos do meio externo. Isso tudo causa mudanças nas relações entre empresa e seus funcionários criando mais exigências de ambas às partes.

Era evidente a alienação do trabalhador em relação ao seu trabalho, visto que ele não participava do conjunto do processo de produção, nem o entendia. Esse tipo de relação minimizava a demanda por criatividade e informação nova por parte do trabalhador para desenvolver seu fazer na produção. Na contemporaneidade, esse tipo de relação muda, surgindo um outro perfil de trabalhador, orientado pela informação e pelo conhecimento. (OLIVEIRA; PAULA, 2007, p. 13).

Para Oliveira e Paula (2007), todas essas transformações fizeram com que a informação e o conhecimento adquirissem valor expressivo, gerando impactos sociais, econômicos, políticos e culturais nas organizações. A aceleração da disseminação de informações atreladas ao uso de tecnologias da informação e comunicação se tornou ponto-chave nas organizações na medida em que modificou as relações de trabalho, as formas de gerenciar e de se relacionar com os públicos assim como as estratégias de negócios. Oliveira e Paula (2007) ainda destacam que nesse cenário de sociedade, articulada em rede, se tornou mais fácil o acesso e a troca de informações, ampliando também os espaços de articulação entre os atores sociais que passam a desempenhar diversos papéis. A gestão da comunicação também precisou se modificar para atender as exigências de responsabilidade social por parte das organizações, a partir da postura de *accountability* (conduta

transparente), responsabilidade, junto com interação constante com os públicos, seguido da prestação de contas das ações institucionalizadas.

Importante nesse processo de mudança, George Elton Mayo, que era psicólogo industrial americano, também pioneiro da Escola Clássica segundo Motta (1986), pois a partir de seus estudos se avança no sentido de um pensamento mais moderno sobre o ambiente das organizações quando tenta fazer relação entre condições físicas dos operários com sua capacidade de produção, realizando para isso experimentos em fábrica nos Estados Unidos. Seu trabalho chegou a conclusões de que existia algum tipo de relação entre a moral e satisfação dos operários quanto à produtividade que apresentavam. As ideias de Mayo foram uma evolução ao demonstrar uma natureza produtiva mais humanizada que perpassa conceitos reducionistas do homem somente como reprodutor de tarefas mecanizadas, passando a ser visto como um ser que sofre influências do ambiente e é “amplamente movido por necessidades de segurança, aprovação social, afeto, prestígio e autorrealização” (MOTTA, 1986, p. 11). As ideias de Mayo vieram a influenciar posteriormente toda uma área administrativa que trata das relações humanas.

[...] o trabalho é uma atividade grupal; o mundo social do adulto é padronizado em termos de seu trabalho; as necessidades de segurança, reconhecimento e o senso de pertencer constituem algo mais importante na determinação do moral e da produtividade do que as condições físicas de trabalho. (MOTTA, 1986, p 12).

Motta (1986) elucida que March e Simon são os responsáveis no marco da transição da administração para a teoria organizacional, pois buscaram entender todo o sistema social como determinante do comportamento das pessoas, e esses aspectos psicossociais se distanciam do entendimento psicológico. A preocupação agora reside na eficiência do sistema, tornando-se mais importante do que a produtividade em si, fazendo do espaço da organização um local para a tomada de decisões que dependem da competência no desenrolar desse processo por compreenderem fatores de estrutura e comportamento.

Até pouco tempo, acreditava-se que os objetivos organizacionais (lucro, crescimento, produtividade, redução de custos) eram incompatíveis com os objetivos das pessoas (salários, benefícios bem-estar, segurança). Uma organização de sucesso busca resultados positivos e para que isso aconteça é necessário ter uma equipe de trabalho qualificada, capacitada e com motivação, para que os resultados

sejam visíveis. Conforme Chiavenato (1999, p. 125), “as pessoas trazem para as organizações suas habilidades, conhecimentos, atitudes, comportamentos, percepções, etc.”.

Kunsch (2003 p. 23) defende que as organizações são “agrupamentos planejados de pessoas que desempenham funções e trabalham conjuntamente para atingir objetivos comuns”. Visto isso, a autora considera os estudos de Amitai Etzioni quando diz que atualmente esses agrupamentos cooperados são intencionais para atingir e satisfazer carências da sociedade moderna do conhecimento e da informação onde os modelos mecanicistas acabam por não dar conta dessa necessidade intrínseca da cooperação humana para que uma organização exista de fato.

[...] parece evidente o caráter de centralidade assumido pela noção de relação, seja nos processos comunicacionais, nas atualizações de poder ou nos processos organizativos. [...] A constituição das organizações fundamenta-se em processos organizativos que, pela comunicação, acionam diferentes teias simbólicas e imaginárias. (BALDISSERA, 2010a, p. 204).

Kunsch (2003) considera os estudos de Morgan quando afirma que o ambiente que compreende as organizações é dotado de complexidades que o tornam enigmático e incapaz de determinações prévias, alertando para que se olhe de forma mais atenta e crítica na busca por solucionar conflitos. A autora defende que diante das mudanças rápidas e frequentes do mundo moderno, permeado por novos desafios e dificuldades, as empresas procuram cada vez mais reformular suas formas de política e gestão visando novo plano organizacional que integre o material, o financeiro e o humano, pois como afirma Marchiori (2006) que a organização é um esquema que interage com o ambiente por meio de suas estruturas, sua ciência, sua técnica arraigados por uma conduta, e tudo isso constituído de indivíduos que definem a estrutura por meio de relacionamentos. Para tanto, há de se pensar em preservar o entusiasmo do público interno para que seja garantido seu comprometimento.

Baldissera (2010a) reforça essa ideia quando ressalta que não há possibilidade de que exista uma organização sem a construção de relações e criação de vínculos por meio de processos comunicacionais, ou seja, não há possibilidade que existam organizações sem que exista comunicação. Para o autor, os ambientes organizacionais são compostos por relações, e relações requerem

vínculos que podem ser reforçados ou enfraquecidos desde que exista um processo envolvendo a comunicação. Defende que a possibilidade de transformação dentro do ambiente organizacional é possibilitada quando se consideram para isso processos comunicacionais, pois na visão do autor as organizações representam sistemas vivos resultantes da interação constante de seus diversos sujeitos e atores sociais por meio de interpretações e disputa de lugares simbólicos.

Interdependentes, as organizações têm de se comunicar entre si. O sistema organizacional se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitirá sua contínua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário, entrará num processo de entropia e morte. Daí a imprescindibilidade da comunicação para uma organização social. (KUNSCH, 2003, p. 69).

Oliveira e Paula (2007) concordam com esse pensamento quando dizem ser necessário pensar em formas mais eficazes de gestão que visem maior participação para tornar o processo produtivo mais coletivo. Marchiori (2008b) finaliza dizendo que as organizações devem se preocupar com essa mudança de cenário mundial que provoca tensões no ambiente interno, valorizando as formas de diálogo com seus públicos de interesse tendo a comunicação papel reestruturador. Como resultado dessas mudanças, o campo da comunicação organizacional também se viu diante da necessidade de mudanças, o que será exposto no capítulo seguinte.

3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Kunsch (2003) vê a comunicação organizacional como um processo que trata dos relacionamentos entre os indivíduos, os departamentos, as unidades, as organizações, sejam eles, internos ou externos, abrange todas as formas de comunicação utilizadas pela organização para relacionar-se e interagir com seus públicos. Leva-se em conta, assim como nas teorias da comunicação, os elementos básicos que constituem um ato comunicacional: fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador e receptor. Por este motivo há diferentes formas de se “fazer” comunicação nas organizações, nos variados níveis hierárquicos: presidência, diretoria, colaboradores, fornecedores, clientes etc. O contexto social no qual acontecerá a comunicação é, então, muito importante para determinar a forma como ela acontecerá. Kunsch (2009b, p. 54) afirma que:

A comunicação organizacional precisa ser compreendida de forma ampla e abrangente. Pode-se dizer que é uma disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo seu contexto político, econômico e social. Como fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram, a Comunicação Organizacional envolve os processos comunicativos e todos os seus elementos constitutivos. Nesse contexto faz-se necessário ver a comunicação inserida nos processos simbólicos e com foco nos significados dos agentes envolvidos, dos relacionamentos interpessoais e grupais, valorizando as práticas comunicativas cotidianas e as interações nas suas mais diversas formas de manifestação e construção social.

Diante da visão da autora, percebe-se que a comunicação organizacional não acontece isolada dentro das organizações, Kunsch (2009a) defende que as empresas tenham uma filosofia que preze uma política de comunicação integrada ao invés de fragmentada, como um processo através do qual os membros da organização obtêm as informações pertinentes sobre ela e as mudanças que nela ocorrem, envolvendo uma complexidade de processos, como podemos visualizar no diagrama a seguir (Fig. 1):

Figura 1 – Comunicação organizacional integrada



Fonte: Margarida M. Krohling Kunsch

Fonte: Kunsch, 2006 in: Marchiori, 2006, p.186

Diante dessa perspectiva comunicacional integrada, Bueno (2003) destaca a importância da comunicação como o espelho da cultura empresarial, refletindo os valores da organização dentro daquilo que ela realmente é e não se equivocando através de um posicionamento do que gostaria de ser, também afirmando constituir-se de um processo integrado para orientar o relacionamento da empresa com seus públicos de interesse, afirmando que “o sistema de planejamento tradicional não funciona mais, pois tende a ver as coisas de maneira fragmentada, buscando estabelecer padrões que se acomodam [...]” (BUENO, 2003, p. 21).

Os instrumentos e as ações de Comunicação Organizacional, ou de Relações Públicas, buscam, cada vez mais, envolver os trabalhadores nos objetivos da empresa como se fossem os seus próprios, obtendo assim, o máximo de entrosamento com os valores organizacionais e consequente motivação e participação. Além disso, os tempos de hoje exigem que as organizações tratem seus empregados de forma mais realística e transparente [...]. (LIEDKE, 2001, p. 8).

Da mesma forma, Torquato (2002) também diz que a comunicação organizacional é um processo multidisciplinar e abrangente, que necessita ser entendida nos espaços específicos por suas diferentes formas. O autor divide os processos comunicacionais em três conjuntos: comunicação gerencial, comunicação administrativa e comunicação social. O primeiro trata do processo do gerente de uma organização que funciona como uma linha intermediária no processo de comunicação organizacional, pois ele está entre subordinados e chefes, transmitindo informações entre os dois grupos. Já o segundo conjunto de processos comunicacionais trata da parte burocrática de uma organização, relativo ao cotidiano da administração, tais como memorandos, normas, instruções, portarias, cartas técnicas etc., o qual não tem sido muito discutido como processo comunicacional, e que é uma das fontes de maiores problemas e de ruídos dentro da organização. Por último ele elenca a comunicação social como um conjunto de processos comunicacionais, esta envolve os atos de comunicação indiretos, unilaterais e públicos, trabalhando com as áreas de jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, relações públicas, lobby, eventos, publicidade institucional e comercial, editoração e identidade. O fato é que, como demonstra o autor, estes três conjuntos de processos comunicacionais não acontecem sozinhos, fazendo parte de um todo para a construção de um sentimento de unidade, onde a comunicação organizacional é a possibilidade sistêmica e integrada que:

[...] deve funcionar como uma orquestra, na qual metais, cordas e percussões, para tocar uma melodia harmônica, hão de estar em completa afinação. Uma forma influi na outra. Um clima organizacional maltratado, mal administrado, gerará ruídos na comunicação social; um jornalzinho bem-feito, programas de relações públicas bem elaborados não vão resolver questões de clima, que dependem de salários, do entrosamento interdepartamental. (TORQUATO, 2002, p. 34-35).

Vieira (2004) reforça esses conceitos afirmando a importância da relação com o público interno e que para atender aos interesses coletivos em uma organização se torna necessário implantar canais efetivos de comunicação, onde a comunicação organizacional abrange essa necessidade por compreender um conjunto complexo de atividades para o desenvolvimento de ações e estratégias que reforçam a imagem de uma empresa junto a seus públicos. O autor confirma que o fundamental para essa comunicação é valorizar o indivíduo, fazendo com que os anseios da empresa se tornem parte dos objetivos de cada funcionário:

A Comunicação Organizacional deve ser desenvolvida, primeiramente, no interior da empresa, ou, como se costuma dizer, deve-se “começar em casa”. Por conseguinte, boas condições de trabalho, salários justos, ambiente salubre e agradável e mecanismos de incentivo à realização pessoal são imprescindíveis para um conceito institucional positivo. (VIEIRA, 2004, p. 45).

Kunsch (1997) reforça que para as organizações é muito importante que as atividades de comunicação sejam integradas, pois trará resultados que uma comunicação parcial e fragmentada não alcançará, devido a fortalecer o conceito institucional, mercadológico e corporativo junto a toda sociedade como um todo. É preciso incorporar a ideia de uma comunicação globalizante, que nos ajude a compreender o ritmo acelerado das mudanças locais e mundiais. Como podemos perceber a comunicação organizacional evoluiu ao longo do tempo, assumindo cada vez mais um papel estratégico dentro das organizações. A seguir, será tratado seu processo evolutivo com objetivo de compreensão da sua abrangência e importância.

3.1 Comunicação organizacional: processo evolutivo

Kunsch (2009a) afirma que a comunicação organizacional tem ocupado um espaço relevante tanto no espaço acadêmico como no corporativo, mas que para que ocorresse essa valorização um grande caminho foi percorrido, se processando na interface com outros campos, como os da administração e das teorias das organizações, passando pela sociologia e psicologia social e organizacional; antropologia; da linguística e da retórica e da teoria da comunicação. A autora traz que o modelo mecanicista predominou na comunicação organizacional principalmente entre as décadas de 1960 até 1980:

Esse paradigma considera e avalia a comunicação a partir do prisma funcionalista e da eficácia organizacional, bem como parte da premissa de que o comportamento comunicativo pode ser observável e tangível, medido e padronizado. Além disso, preocupa-se com as estruturas formais e informais de comunicação e com as práticas em função dos resultados, deixando de lado as análises dos contextos sociais, políticos, econômicos, tecnológico e organizacionais. (KUNSCH, 2009a, p. 72).

Visto isso, a autora defende que se crie uma nova filosofia organizacional, sendo necessária a abertura dos canais de diálogo e a prática da comunicação simétrica juntamente com a adoção de “perspectivas interpretativas e críticas, incorporando atitudes coerentes com os anseios da sociedade pós-moderna” (p.72). Conforme Bueno (2003) foi durante os anos setenta que surgiram algumas

mudanças significativas no que diz respeito ao que se identificaria como implantação de uma cultura de comunicação nas empresas, tendo nessa época seu início no Brasil. Modificações trazidas pela industrialização impulsionaram as organizações na busca de novas formas de comunicação com seus públicos, tanto no âmbito interno quanto externo de uma forma mais especializada. Para Kunsch (1997) o “boom” da comunicação organizacional aconteceu no final da década de oitenta se refinando nos anos noventa, acabando por estimular as empresas a criarem cultura de comunicação e atendimento para seus variados públicos, demandando recursos, planejamento, tecnologia e profissionais capacitados para colocar em prática tal processo. Em 1989 o final da Guerra Fria veio acompanhado pela globalização e a revolução tecnológica, configurando um novo cenário mundial competitivo com mercados globais, fazendo com que diante dessas mudanças as organizações também modificassem seu comportamento em relação à comunicação corporativa, passando esta a assumir um caráter mais estratégico e não mais, como afirma Costa (2010), somente tática/operacional, baseada somente no repasse hierárquico de mensagens, em um processo com via de mão única direcionada para o controle de procedimentos e comportamentos padrões.

Kunsch (2006) aponta a globalização como decisiva e fundamental no processo de configuração dessa nova comunicação, onde ações isoladas de marketing não são mais suficientes para criar relação com os públicos estratégicos, que se mostram cada vez mais exigentes diante da circulação elevada das informações, o que leva os indivíduos a ter uma maior participação na sociedade exigindo também maior interatividade e participação no contexto das organizações. Vieira (2004) também se posiciona nesse sentido quando diz que o avanço tecnológico, fruto da transformação do sistema político e econômico lançado pela Revolução Industrial no século XIX, delineou uma nova sociedade baseada na disseminação rápida e ampla da informação, onde as mudanças e a competitividade do mundo globalizado exigem “das organizações modernização constante, aliada à necessidade do conhecimento organizacional tanto no âmbito interno quanto externo” (VIEIRA, 2004, p. 49). Diante desse novo cenário trazido pela industrialização e automação, os meios tradicionais de produção cultural se encontram frente a necessidade de novas formas de comunicação, sobretudo a organizacional, que passa a assumir uma função estratégica. Liedke (2001) reforça essa ideia, e afirma que dentre as mudanças que ocorrem no mundo atualmente,

não se pode deixar de lado o fato de que elas também afetam o ambiente das organizações, tudo isso influenciado por questões relacionadas ao impacto da tecnologia, a crescente globalização e a ofensiva neoliberal fazendo com que se estabeleçam novas formas de gestão em recursos humanos. Kunsch (2009a) reforça que essa nova concepção busca ver a comunicação nas e das organizações segundo uma visão abrangente e integrada, considerando todos aqueles aspectos relacionados com a complexidade do fenômeno comunicacional.

Visto isso, Oliveira e Paula (2007) afirmam que cada vez mais as empresas adotam medidas e mecanismos de troca e democratização das informações e experiências, na medida em que ampliam o desenvolvimento organizacional. Isso acontece porque os modelos de gestão clássico/informacional que eram vistos como uma atividade cujo comportamento pode ser medido, padronizado e classificado na medida em que considerava a organização como máquina (visão mecanicista) e a comunicação organizacional como uma engrenagem, um processo mecânico, apenas de emissão e recepção de informação, não dão mais conta de administrar demandas e fluxos de informação, consequência dessa rede de relacionamentos variados entre organização e atores sociais. Isso acontece devido aos movimentos decorrentes das exigências da sociedade contemporânea que requerem modelos de gestão mais participativa, na medida em que trabalham dando importância para a gestão de relacionamento trocando símbolos, informações e cultura com os empregados, alinhando objetivos de forma integrada. Podemos afirmar que as empresas só têm a ganhar nesse processo de relacionamento e produção, pois:

Pode-se dizer que a qualidade e a quantidade do trabalho desenvolvido nas organizações passa pelo envolvimento e pela busca de compromisso do trabalhador, visto que o sujeito usa bens simbólicos, como a informação e a cultura, para desenvolver suas atividades, o que dá um caráter subjetivo ao trabalho. (OLIVEIRA; PAULA, 2007, p. 15).

Nesse sentido, entende-se, segundo Oliveira e Paula (2007), que a comunicação organizacional trabalha “os fluxos informacionais e relacionais, de modo a contribuir para a construção de sentido sobre as ações da organização e do ambiente” (p. 21), na medida em que alinha políticas e estratégias com objetivos da empresa, se articulando com a gestão organizacional considerando expectativas e demandas do atores sociais com quem interage, como defende Baldissera (2009), que o *complexus* organização depende de um esforço conjunto, respeitando diferenças e habilidades individuais.

Oliveira e Paula (2007) observam que houve um crescimento e amadurecimento da comunicação organizacional com o passar do tempo, e percebê-la numa perspectiva integrada foi um dos maiores avanços. Na busca em atender as demandas do novo mercado contemporâneo é que ocorreram as mudanças, e nesse momento a comunicação se reinventa e se modifica, passando de mera função técnica-instrumental para o plano estratégico, relacional e gerencial, a agir na tomada de decisões das empresas e a posicioná-la no ambiente, diante de seus atores sociais e na sociedade.

Visto isso, Oliveira e Paula (2007) ressaltam que diante de tantos avanços na área da comunicação organizacional, é necessário considerar que eles não aconteceram de forma linear e homogênea, e que mesmo muitas empresas adotando um processo de comunicação contínuo e consolidado, acabam agindo de forma pontual e instrumental devido a suas visões limitadas desse processo, assim como, “do conhecimento e competência inadequados dos profissionais da área” (OLIVEIRA e PAULA, 2007, p. 20) que precisam buscar aperfeiçoamento constante, pois, “a gestão estratégica da Comunicação Organizacional exige que o profissional de Comunicação também se adeque, aja de forma estratégica, considerando o ambiente organizacional que o cerca” (MARCHIORI, 2008a, p. 161). Nesse sentido, Baldissera (2009) complementa dizendo que comunicação é um processo de construção de disputas e sentidos, onde não se pode esquecer que comunicação organizacional, antes de tudo, é comunicação. Para tal, é equivocado perceber os públicos como passivos onde é necessário pensar a comunicação organizacional não somente como simples estratégias e disseminação de informações, mas sim, como capaz de renovar-se e compreender a possibilidade de incerteza, já que:

[...] a comunicação organizacional não respeita espaços físicos delimitados (planejados), bem como não se reduz à fala autorizada da organização. Como fluxos relacionais e multidirecionais de sentidos, a comunicação organizacional, nos diferentes contextos e nas diferentes condições, assume qualidades diversas, não se prendendo a planos, formalismos, hierarquias, campanhas (publicitárias, institucionais) [...]. (BALDISSERA, 2009, p. 158).

Após esse panorama histórico, como forma de compreender além da a evolução da comunicação organizacional, torna-se importante também discutir sobre suas dimensões, conforme a visão de Kunsch (2010). Esse tema será exposto no tópico a seguir.

3.2 Dimensões da comunicação organizacional

Para Kunsch (2010), a comunicação organizacional deve ser considerada em três dimensões: *instrumental*, *estratégica* e *humana*. Segundo a autora, a *dimensão instrumental* é a mais presente e predominante nas organizações e se caracteriza mais como instrumental, funcional e técnica, garantindo que a organização funcione de forma plena numa visão reducionista de transmissão e divulgação de informações de forma linear e simétrica.

Sobre a *dimensão estratégica*, Kunsch (2010) afirma ser parecida com a instrumental, porém considera olhar para a eficácia e os resultados obtidos com o processo comunicacional, agregando mais valor ao ambiente organizacional e dos negócios na medida em que prepara a empresa para se posicionar perante a sociedade e enfrentar os novos desafios da contemporaneidade. Nessa dimensão não importa somente transmitir algo, mas também trabalhar em nível de “troca de informações e padrões de busca e recepção de informações, analisar tópicos de *feedback* positivo e negativo” (PUTNAM, 2009¹ p. 47-48 *apud* KUNSCH, 2010, p. 47), ajudando a detectar as oportunidades e ameaças do ambiente global. Aqui percebe-se que a questão de criar vínculo é decisiva na gestão estratégica da comunicação, já que:

Não basta pautar-se por ações isoladas de comunicação, centradas no planejamento tático para resolver questões, gerenciar crises e gerir produtos sem uma conexão com a análise ambiental e as necessidades do público de forma permanente e pensada estrategicamente. (KUNSCH, 2006, p. 179).

Para Kunsch (2009a), fazer com que a comunicação passe de tática para estratégica, além de agregar algum valor às organizações, para que ela cumpra suas funções como para alcançar seus objetivos e na fixação pública de seus valores, deve passar de um simples setor que produz e transmite informação para uma política integrada que considere as demandas, “os interesses e as exigências dos públicos estratégicos e da sociedade” (Kunsch, 2009a, p. 80). Nassar (2006) complementa essa visão afirmando que é pelos processos comunicacionais que se

¹ PUTNAM, Linda. *Metáforas da comunicação organizacional e o papel das relações públicas*. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). *Relações Públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 43-67.

definem os relacionamentos com os públicos e que se demonstra a forma de ser e de agir da organização. Segundo o autor, para se alinhar às mudanças e inovações da sociedade e mercados atuais, a organização deve discutir junto com seus colaboradores seus ideais, conceitos, tecnologias e saberes que orientam sua existência, sendo fundamental e eficaz os processos e ações da comunicação organizacional.

Kunsch (2010) traz também o que chama de *dimensão humana*, que para a autora apesar de ser a mais importante, se mostra um pouco esquecida tanto na teoria quanto na prática da comunicação organizacional. Baldissera (2010b) afirma que as organizações são sistemas vivos, relações e lugares de encontro onde sua compreensão,

[...] como resultados dinâmicos de relações entre sujeitos que se realizam como forças em diálogo, selecionando, circulando, transacionando e construindo significação por meio de processos comunicacionais. (BALDISSERA, 2010b, p. 61).

Baldissera (2010b) reforça que as organizações não se reduzem a espaços físicos, recursos e equipamentos de expediente, as técnicas de gestão ou aos processos que produz, ela compreende também os sujeitos que são fundamentais na busca e realização dos objetivos organizacionais que podem vir a se traduzir nos seus próprios. Kunsch (2006, p. 175) complementa ao afirmar que esses espaços são sim formados “por pessoas que se comunicam entre si e que, por meio de processos interativos, viabilizam o sistema funcional”, tudo isso direcionado para o funcionamento do sistema da organização que não deve ser considerada como espaço apenas de realização de tarefas.

Kunsch (2006) afirma que segundo as teorias de James Taylor o estudo da comunicação nas organizações teve um resgate da sua dimensão humana, no momento em que passou a ser considerada mais como uma prática de formação de relacionamento, e não meramente transmissora de mensagens. Evolui na medida em que deixa de ser mecanicista para interpretativa e crítica, deixando de ser linear passando a considerar um processo relacional entre os indivíduos e unidades. Visto isso, a autora defende que a importância da comunicação humana dentro de uma empresa, resulta em qualidade de vida e valorização para os trabalhadores, diante de um cenário globalizado cada vez mais complexo de incertezas e disputas. Mesmo considerando todos esses aspectos, Kunsch (2010) afirma que muitas

organizações ainda que de forma sutil, priorizam seus interesses na busca por produção e controle do quadro funcional, fazendo com que a humanização não passe apenas de um discurso.

Seguindo com as ideias de Kunsch (2010), a autora reforça que estamos em um momento de reflexão de todas essas questões que envolvem a humanização da comunicação organizacional, para que não passe de uma visão meramente instrumental. Portanto,

Reduzir então a comunicação humana nas empresas a uma simples transmissão de informação, visão diretamente inspirada pela engenharia, como se pode ver com frequência nos manuais de comportamento organizacional, é elidir todo o problema do sentido e das significações. É esquecer que todo discurso, toda palavra pronunciada ou todo documento escrito se insere em maior ou menor grau na esfera do agir, do fazer, do pensar, e do sofrimento (Grize, 1985). É condenar-se a não poder aprender em profundidade nem o simbólico organizacional nem a identidade individual e coletiva. (CHANLAT, 1993 *apud* KUNSCH, 2010, p. 55).

Visto isso, cabe ressaltar que Marchiori (2010, p. 143) afirma que “humanizar significa respeitar o trabalhador como pessoa, como ser humano”. Por sua vez Nassar (2006) complementa essa ideia afirmando que a comunicação é uma habilidade humana, sendo que quem integra as organizações são os responsáveis por expressar a filosofia organizacional. Kunsch (2010) defende que a dimensão humana é parte intrínseca à natureza das organizações e deve ser valorizada, pois o ambiente organizacional é uma realidade social vivenciada por pessoas que nela convivem e se comunicam. Pensando nisso e considerando que as organizações não vivem mais isoladas e sim, inseridas em um contexto social (macro) contemporâneo, o primeiro passo para a valorização humana dentro das organizações é investir em modelos de gestão mais participativos e horizontais, já que:

[...] o ambiente de uma organização não existe independente da organização; ao contrário; é socialmente construído e reconstruído conforme as pessoas adquirem e analisam informação, além de tomarem decisões e gerarem ações baseadas em suas análises. (WEICK, 1995², p. *apud* MARCHIORI, 2010, p. 141-142).

Oliveira e Paula (2007) discorrem que as mudanças do mundo contemporâneo e nas relações de trabalho também afetam os processos de gestão do espaço interno das organizações. A evolução da comunicação organizacional

² WEICK, Karl E. *Sensemaking in organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage. 1995.

também influencia nas políticas de comunicação interna, que será estudada no próximo item.

4 COMUNICAÇÃO INTERNA

As mudanças e a evolução tecnológica do mundo contemporâneo impactaram no relacionamento das empresas com seus públicos. Oliveira e Paula (2004) destacam que essa inserção das tecnologias da informação ocorreu a partir da década de noventa no ambiente organizacional brasileiro, quando o acesso e disseminação da informação se tornaram mais facilitados, modificando não somente as relações de trabalho como o comportamento dos colaboradores em relação às organizações, que ficaram muito mais exigentes na hora de se comunicar com estas.

Marchiori (2006) afirma que as relações internas são naturalmente valorizadas e praticadas nas organizações atualmente, porque constroem a identidade organizacional, mostrando o valor que a comunicação é capaz de trazer para o ambiente organizacional. Não basta mais trabalhar somente para atender os anseios dos clientes, mas sim, valorizar e reconhecer o trabalho da equipe interna que deve se manter satisfeita e motivada consigo mesma e com a empresa. Para isso, “é preciso aprender a ouvir o que o funcionário tem a dizer em relação à empresa” (MARCHIORI, 2006, p. 207), já que dentro da organização existem vários setores onde os colaboradores têm anseios diferentes e necessitam se sentir ouvidos e compreendidos.

Marchiori (2006) defende que se devem criar ambientes organizacionais que passem confiança para as pessoas trabalharem, onde os funcionários se sintam integrados não somente com os colegas, mas também comprometidos com os objetivos da empresa. Nesse contexto podemos perceber a importância em não somente gerir estrategicamente os negócios, mas também as pessoas por serem elas as principais responsáveis por colocar ações em prática e refletirem externamente a postura da organização gerando credibilidade numa troca incessante de conhecimento.

Ainda a autora diz ser necessário pensar a comunicação interna de forma estratégica na medida em que é “a vertente que constrói a identidade organizacional e engloba, portanto, todas as demais posturas internas da empresa” (MARCHIORI, 2006, p. 219). O foco está em construir e gerenciar relacionamentos com uma gestão efetiva do uso da comunicação, gerando motivação através de um processo de troca onde se faça mais do que meramente transmitir informações, e sim, criar

espaços de troca e aproximação em um ambiente interno transparente, aberto e de interação que aproxime e humanize as diferentes equipes e níveis hierárquicos colaborando para o crescimento pessoal e organizacional. Para a autora:

A comunicação interna planejada e avaliada é uma ferramenta estratégica que estimula o diálogo entre lideranças e funcionários. Oportuniza a troca de informações via comunicação, contribuindo para a construção do conhecimento, o qual é expresso nas atitudes das pessoas. É fundamentalmente um processo que engloba a comunicação administrativa, fluxos, barreiras, veículos, redes formais e informais. Promove, portanto, a interação social e fomenta a credibilidade, agindo no sentido de manter viva a identidade de uma organização. (MARCHIORI, 2006, p. 213-214).

Kunsch (2003) compartilha dessa ideia quando afirma que a comunicação interna deve ser um setor planejado, que tem objetivos próprios que viabiliza toda interação entre a organização e seus colaboradores, utilizando para isso ferramentas de comunicação institucional ou até mesmo da comunicação mercadológica (endomarketing).

A comunicação interna é uma ferramenta estratégica para compatibilização dos interesses dos empregados e da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação de todos os níveis. (RHODIA, 1985¹ *apud* KUNSCH, 2003, p. 154).

Portanto, na visão da autora, podemos perceber que o ideal é que se construa no ambiente organizacional uma comunicação interna participativa, utilizando de instrumentos para que o funcionário não se sinta somente mais um dentro do todo, e sim envolvido com os problemas da organização de forma geral. Kunsch (2003) reforça que uma gerência de comunicação interna efetiva e organizada deve criar condições para o diálogo e troca de experiências e informações entre administração e operação. Tudo irá depender de um trabalho organizado em “equipe entre as áreas de comunicação e recursos humanos, a diretoria e todos empregados envolvidos” (KUNSCH, 2003, p. 160). Kunsch (2003) ainda defende que uma comunicação interna eficaz e de efeito deve beneficiar tanto organização quanto empregados, sendo relevante para as duas partes, e a qualidade da informação passa diretamente:

[...] pela disposição da direção em abrir as informações; pela rapidez e competência; pelo respeito às diferenças individuais; pela implantação de uma gestão participativa, capaz de propiciar oportunidade para mudanças culturais necessárias, pela utilização das novas tecnologias; pelo gerenciamento de pessoal técnico especializado, que realize efetivamente a

¹ RHODIA, S. A. *Plano de Comunicação social*. São Paulo, 1985.

comunicação de ir-e-vir, numa simetria entre chefias e subordinados. (KUNSCH, 2003, p. 160).

Fortes (2003) afirma que ao pensar o relacionamento com os colaboradores e seus familiares e dependentes, a ideia é integrar todos à empresa, utilizando diversos canais de comunicação como forma de disseminar as informações, pois a partir desse comportamento se garante a participação do todo nas possíveis discussões e conflitos que venham ocorrer.

Para Kunsch (1997, p. 129) o “público interno é um público multiplicador”. A autora defende que entre organização e colaboradores deve haver uma relação de interação efetiva. Pensando na perspectiva de que a comunicação deve trabalhar de forma integrada e não fragmentada, no momento em que a comunicação interna fizer parte desse conjunto de ações estratégicas e programas de ação ela será muito mais eficiente e eficaz. Gerenciar a comunicação em seus diversos níveis numa organização é essencial, pois pode transformar crenças, valores, comportamentos e, mesmo com equipes e ferramentas disponíveis cada vez em maior número ainda encontramos falhas e ruídos na comunicação empresarial, mas é de desafios que a comunicação se alimenta. A divulgação interna é muito importante para uma empresa, quando ela não se comunica bem com seu público interno, dificilmente se comunicará com precisão diante do externo.

[...] já é impensável desenvolver planos de negócios sem considerá-la. Em todas as etapas, em qualquer tipo de atividade, a atenção aos processos comunicacionais no âmbito interno gera mais que pessoas bem informadas. Gera parceria, cumplicidade, pertencimento, compromisso, fatores diretamente relacionados ao sucesso do negócio. É preciso compreender que o “público interno” demanda informação cada vez mais profunda, inédita, transparente e rápida, e de maneira complexa se inter-relaciona com outros públicos alvo das atividades empresariais, igualmente demandadores de informação consistente para formar opinião. (ABRACOM, 2008, p. 65).

Nassar (2013) atenta que a gestão da comunicação interna se sobressai como a força principal dentro da comunicação nas empresas, ligada também a cultura organizacional para que se trabalhe na construção de um lugar e de uma marca, ordenando o que a organização deseja passar para seu público. A comunicação interna quando bem planejada pode modificar o curso de acontecimentos, fazendo com que dificuldades se tornem possibilidades. Marchiori (2008b) complementa sugerindo pensar a comunicação como um processo para a

construção de relações internas, atentando que organização e comunicação são questões que caminham juntas. A gestão da comunicação interna favorece:

[...] a sobrevivência da organização e, conseqüentemente, o fortalecimento de suas redes de relacionamento; valorização interna de suas relações; ambiente de trabalho humanizado, colaborativo e participativo; estreitamento dos laços de confiança na gestão dos negócios; fortalecimento de diferentes lideranças em inúmeros níveis [...]. (MARCHIORI, 2008b, p. 157).

Para um relacionamento eficaz com o público interno, é interessante que se crie um setor de comunicação interna aberto e transparente, para que o funcionário tenha fácil acesso as informações, da mesma forma que se sinta inteirado e valorizado e confortável para dar sugestões de melhoria colaborando para um ambiente saudável de convivência pois “tornar comum a todos, desde o chão da fábrica à alta gerência, este é o grande desafio e vocação da Comunicação Interna” (NASSAR, 2013, p. 22). Por outro lado, Nassar (2013, p. 22) lembra que quando deixada em segundo plano ou utilizada de forma não estruturada, essa comunicação que tem o poder de seduzir e atender estratégias tanto da organização como os interesses dos funcionários, deixa conseqüências danosas, como impressões negativas no “inconsciente coletivo interno” que como toda marca negativa se torna difícil de ser apagada. Um planejamento eficiente de comunicação interna visa minimizar ruídos e falhas comunicacionais, tornar as informações comuns atrelando o meio à mensagem e a busca de cumplicidade.

Sensibilizar, conquistar e mobilizar e, por meio de um movimento contínuo de troca, criar uma série de condições favoráveis para a existência de um ambiente de boa vontade, cooperação e entendimento. Esse novo arranjo de relacionamento, dentre tantos outros benefícios, com certeza, também ajudaria a diminuir, e até certo ponto neutralizar, os ruídos e boatos que certamente viriam a surgir no decorrer do processo [...]. (NASSAR, 2013, p. 24-25).

Vieira (2004) pontua que com as mudanças do mundo contemporâneo, além de as organizações se adaptarem ao novo cenário competitivo globalizado, precisam adequar os planos de qualidade para que visem e contemplem não somente a qualidade dos produtos e serviços, mas sim, os indivíduos responsáveis pela administração das empresas, pois “quem faz acontecer as coisas são as pessoas, não planos, e apenas planejar não basta” (CAHEN², p. 97 *apud* VIEIRA 2004, p. 53). O foco está na interação, oportunizando que os funcionários se sintam inseridos

² CAHEN, Roger. *Comunicação Empresarial*. São Paulo: Best Seller, 1990.

em um contexto e participem dos processos de mudanças. Esse posicionamento só agrega valor no âmbito organizacional, visto que, “essa ação estará sempre se dirigindo à obtenção de melhores resultados, gerando melhores condições de trabalho e formando alianças positivas em prol de objetivos comuns” (VIEIRA, 2004, p. 53). O caminho é a valorização de cada colaborador, pois:

Investir em comunicação é uma excelente estratégia para se ter transparência com o cliente interno. Os colaboradores trabalham mais satisfeitos e se sentem mais valorizados quando informados sobre os acontecimentos que envolvem o ambiente de trabalho deles. (ABRACOM, 2008, p. 66).

Da mesma forma Mendes (2004) defende que sim, existe uma receita para alinhar os objetivos do público interno aos da empresa, que nada mais é do que falar, comunicar e se disponibilizar a ouvir seus empregados. Claro que todo esse processo não é tão simples quanto parece, pois “lidamos com pessoas e o ambiente interno é também de interlocutores sociais e de conflitos” (KUNSCH, 2003, p. 157), e cabe aos diversos setores, seja de comunicação social, marketing ou recursos humanos, saber lidar com os imprevistos e diferenças. Kunsch (2003) defende que a comunicação interna deve ser considerada como uma área estratégica, que seja trabalhada em conjunto com as políticas e objetivos da organização, demandando esforço e comprometimento por parte das chefias envolvidas na construção desse processo para que não se corra o risco de se criar programas pouco relevantes e sem utilidade.

Pensar numa gestão de comunicação interna efetiva requer considerar como afirma Torquato (1987) que o processo de rupturas nas relações entre organizações e empregados, impulsionado pela Revolução Industrial, onde a automação e o aumento da complexidade do ambiente organizacional resultaram em uma segmentação que gerou a divisão do trabalho e dos vínculos pessoais e paternalistas e definiu um elo de impessoalidade e até mesmo indiferença. Nesse ambiente de crescimento industrial global e segmentação do espaço interno, o operário passou a não compreender sua posição dentro do todo da empresa criando um espaço de contradição. A partir desse cenário surgiu a ideia de criar publicações internas para os empregados, como jornais ou revistas com o “objetivo de familiarizá-los com o ambiente e a própria política da organização e de diminuir distâncias físicas entre administração central e a base operária” (TORQUATO, 1987, p. 18).

Kunsch (2003, p. 186) destaca a área de relações públicas como mediadora no processo comunicativo entre organizações e públicos de interesse, tanto interno quanto externo, e destaca que para conseguir gerenciar esse processo na prática faz uso de dois tipos básicos de comunicação: a dirigida e a massiva. Para embasar essa pesquisa será utilizado o conceito de comunicação dirigida, pelo fato de que segundo a autora, as relações públicas por trabalharem com variados tipos de públicos acham conveniente utilizar uma forma específica de se comunicar com cada um deles.

4.1 Comunicação dirigida

Para Kunsch (2003, p. 186) comunicação dirigida “é a comunicação direta e segmentada com os públicos específicos que queremos atingir”. Ferreira (2011) afirma que comunicar é transferir uma informação a partir de uma fonte para um receptor, mais do que simples mensagens, se transferem significados e conteúdos. Para o autor, o processo de comunicação dirigida:

[...] tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e frequente com determinado número de pessoas homogêneas e identificadas. (ANDRADE, 1985³ *apud* FERREIRA, 2011, p. 93).

Cesca (1995) complementa Kunsch (2003) quando afirma que esse processo deve ser administrado pelo setor de Relações Públicas já que influencia no conceito da empresa. Ferreira (2011) concorda nesse sentido quando afirma que ao processo de “comunicação dirigida cabe a elaboração da mensagem eficiente, eficaz e apta a produzir os efeitos desejados no público receptor” (FERREIRA, 2011, p. 93). O autor pontua a fonte que produz a mensagem e a define como a unidade administrativa de relações públicas e o receptor que seria o público que se almeja alcançar e instigar fazendo uso de algum “veículo” previamente estabelecido. Kunsch (2003) acrescenta que dependendo do público, usaremos determinado veículo, com linguagem apropriada e específica.

Fortes (2003) destaca que a comunicação dirigida não é imparcial e pelo fato de assegurar expressão de todas as tendências de pensamento tanto de benefício público como privado, tem maiores chances de resultados satisfatórios ao contribuir

³ ANDRADE, C. T. de S.. *Para entender relações públicas*. 3. Ed. São Paulo: Biblos, 1985.

com a relação que se objetiva consolidar. Ferreira (2011) complementa ressaltando que quando bem elaborada e planejada a mensagem, juntamente com a escolha de algum “veículo” de comunicação dirigida, irá conferir um retorno ágil proporcionando a análise instantânea dos efeitos gerados.

[...] a comunicação dirigida é perfeitamente determinada, selecionada e controlada pelo emissor das informações, o que dá segurança ao promotor do relacionamento. Impulsiona-se a comunicação dirigida pelo uso de veículos [...]. (FORTES, 2003, p. 241).

Segundo Ferreira (2011), tais veículos podem ser: escritos, orais, aproximativos ou auxiliares. Para essa pesquisa destacamos o que Fortes (2003) define como veículos de comunicação dirigida escrita, tais como: informativos, avisos, cartazes, correspondências, memorandos, ofício, telegrama, revista, jornal da empresa, dentre outros. Para compreender melhor as questões referentes a veículos de comunicação dirigida, não se pode deixar de mencionar conceitos do jornalismo empresarial, que será discutido no item a seguir.

4.2 Jornalismo empresarial

Torquato (1987), baseado nos estudos de Cândido Teobaldo quando se refere a veículos de comunicação dirigida, destaca que apresentam os seguintes objetivos:

1) explanação das políticas e diretrizes da empresa; 2) informações a respeito dos processos de trabalho; 3) humanização das atividades da empresa através de notícias relativas ao seu pessoal; 4) promoção de campanhas de segurança e de interesse geral; 5) interpretação do papel da empresa; 6) melhoria do moral dos empregados; 7) facilidade de compreensão e respeito mútuos entre a empresa e os seus públicos. (ANDRADE, 1965⁴ p. 167-168 *apud* TORQUATO, 1987, p. 30).

Para o desenvolvimento dessa pesquisa foi considerado a definição de *house organ* trazido por Palma (1983) à luz da conceituação de Carlos Alberto Rabaça no Dicionário de Comunicação:

Veículo impresso, periódico, de comunicação institucional, distribuído gratuitamente e dirigido ao público interno (funcionários e seus familiares) e/ou, a determinados segmentos do público externo (revendedores, acionistas, clientes, fornecedores, autoridades, imprensa, etc.) Já é

⁴ ANDRADE, Cândido Teobaldo de S. *Para entender Relações Públicas*. 2ª ed., Gráfica Biblos Ltda., S. Paulo, 1965.

bastante comum, no Brasil, dizer-se *Jornal de Empresa* e *Revista de Empresa*, mas a expressão *house organ* (órgão da casa) também bastante usada, designa genericamente aquelas duas formas. A periodicidade do *house organ* (geralmente quinzenal, mensal ou bimestral) sua apresentação gráfica (geralmente em offset, pequeno formato, poucas páginas) e suas características de produto editorial custeado pela direção da empresa (e elaborado em função dos seus objetivos) são fatores que conferem a esse tipo de jornalismo um estilo peculiar: mais próximo do gênero interpretativo, intenso uso de *features*, entrevistas de interesse humano ou de cunho administrativo, etc. (RABAÇA⁵ *apud* PALMA, 1983, p. 111).

Kunsch (1997) relata que o surgimento dos primeiros *house organs* no país foi tardio em relação aos Estados Unidos e países da Europa, com uma defasagem de quase cem anos. Conforme a autora um progresso real foi identificado a partir da década de 1960 juntamente com expansão dos setores de comunicação social, mais especificamente as relações públicas e relações industriais nas empresas conhecidas como multinacionais, que trazem de seus países de origem novas ideias e experiências. Diante desse contexto de mudanças e adaptações, as publicações dentro das organizações ganharam visão e valor para atender novas demandas tanto da comunidade como da opinião pública, fruto do desenvolvimento rápido econômico e social. Segundo a autora, em agosto de 1967 a Associação Brasileira de Administração de Pessoal (Abape) lançou o I Concurso Nacional de Revistas e Jornais de Empresa e, dado esse incentivo, ao processo ainda tímido de publicações, os trabalhos começaram a surgir. Torquato (1987) também pontua que o crescimento da prática do jornalismo empresarial foi paralelo ao das relações públicas, área que contribuiu de forma decisiva para que as publicações no meio empresarial ganhassem força e reconhecimento.

Torquato (1987) discorre que a criação de uma publicação interna se define primeiramente pelas necessidades observadas pela estrutura organizacional e também pela quantidade de empregados, mas que independente do porte empresarial a publicação interna deve existir. O autor pontua os jornais, revistas e boletins como os principais canais do jornalismo empresarial. O autor propõe uma definição da natureza técnica para que cada organização escolha o veículo que mais lhe traga benefícios para as publicações internas, definindo as diferenças entre os canais como podemos visualizar nas Figuras 2 e 3:

⁵ RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro, Codecri, 1978.

Figura 2 – Natureza técnica dos canais

Número de páginas	Natureza técnica
1) Uma publicação entre 8 e 20 págs. Periodicidade: mensal	Jornal
2) Uma publicação com mais de 20 págs. Periodicidade: bimestral	Revista
3) Uma publicação de até 4 págs. Periodicidade: semanal ou quinzenal	Boletim

Fonte: Torquato (1987, p. 79).

Torquato (1987) diz que o jornalismo empresarial é fortalecido pelas publicações de cunho interno na organização, as quais fornecem basicamente mensagens sobre a própria empresa e mensagens sobre os colaboradores. O autor ressalta os benefícios dessas publicações por resolver o problema da distância criada pela burocracia, criando ligações mais informais já que o público interno é o mais próximo da organização. A mensagem veiculada internamente, quando reflete o comportamento das pessoas no trabalho, influencia diretamente na sua vida e interessa às famílias, que de certa forma interagem com a empresa. Enfim, publicação interna é uma forma de satisfação, pois projeta e fala do funcionário e de sua vida.

Figura 3 – Análise das diferenças entre os canais

	JORNAIS	REVISTAS	BOLETINS
1. Formatos mais freqüentes	A. 37cm x 27cm B. 32cm x 21cm C. 36cm x 26cm	A. 28cm x 21cm B. 27,5 x 20,5 cm C. 29cm x 21,5 cm	A. 28cm x 21cm B. 31,5 x 22cm C. 29,5 x 21,5cm
2. Tamanhos mais freqüentes	A. 8 páginas B. 12 páginas C. 16 páginas	A. 20 páginas B. 32 páginas C. 40 páginas	A. 4 páginas B. 8 páginas C. _____
3. Proporções entre texto/ilustração mais freqüentes	A. 60% texto 40% ilust. B. 70% texto 30% ilust. C. 65% texto 35% ilust.	A. 50% texto 50% ilust. B. 55% texto 45% ilust. C. 45% texto 55% ilust.	A. 70% texto 30% ilust. B. 65% texto 35% ilust. C. 80% texto 20% texto
4. Gêneros jornalísticos	1. J. Inform. 40% 2. J. Interp. 30% 3. J. Opinat. 20% Entret. 10%	1. J. Inform. 25% 2. J. Interp. 45% 3. J. Opinat. 20% Entret. 10%	1. J. Inform. 70% 2. J. Interp. 10% 3. J. Opinat. 20% Entret. 0%

Fonte: Torquato (1987, p. 44).

Bueno (2003, p. 4) afirma que é perceptível a evolução da comunicação empresarial “para um processo integrado de relacionamento com os públicos de interesse”. O autor diz que as mudanças foram acontecendo aos poucos, considerando todo um cenário de transformações nas formas de gestão, onde a comunicação se direciona como o reflexo dos valores da organização, partindo deles para se construir um ambiente de valorização profissional, transparente e participativo. Considerando esse cenário de mudanças para um posicionamento estratégico da comunicação com relação aos públicos, foi realizada essa pesquisa que tem como objeto de estudo o veículo de comunicação dirigida da organização Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre – S.A., denominado Notícias TRENURB. Os resultados desse estudo são apresentados no capítulo seguinte.

5 NOTÍCIAS TRENURB: ANÁLISE DE UM VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA

O objetivo deste capítulo, além da exposição dos procedimentos metodológicos, é fazer uma análise de conteúdo do veículo de comunicação dirigida denominado “Noticias TRENURB”, que foi selecionado junto ao Setor de Comunicação Social Integrada da empresa. O setor é responsável por confeccionar o material impresso que se apresenta como uma publicação de circulação interna composta por doze páginas e distribuída de forma quinzenal em todos os setores da organização atualmente.

Considerando a teoria da evolução da comunicação organizacional e posicionamento estratégico da comunicação interna, a busca é por compreender se as mudanças que ocorreram no material ao longo dos anos refletem um posicionamento da organização no sentido de maior valorização e aproximação com o público interno. No tópico a seguir são apresentados os procedimentos metodológicos.

5.1 Procedimentos Metodológicos

Como metodologia foi feita uma análise de conteúdo do material impresso “Notícias TRENURB” que se iniciou com a construção de duas tabelas evolutivas que compreendem uma classificação inicial com a finalidade de organizar o objeto de estudo, para facilitar a visualização de mudanças pontuais e significativas entre as edições, e posteriormente realizar a análise em si, relacionando com o esteio teórico dessa pesquisa. O material teve seu conteúdo estudado de forma a identifica-lo dentro das denominações do jornalismo empresarial e buscou visualizar se sua evolução se identifica com os conceitos da comunicação organizacional, que visa uma gestão participativa da comunicação sempre procurando a aproximação e valorização dos funcionários por parte das empresas.

Para o desenvolvimento do estudo, foram selecionados exemplares de acordo com a disponibilidade dentro um período determinado de tempo. A composição da base teórica desse trabalho foi feita inicialmente através de pesquisas de bibliografias e artigos que viessem a sustentar os conceitos apresentados.

Para alcançar os objetivos do trabalho, essa pesquisa trata-se de um estudo de caso tomado por Yin (2010) que se utiliza do método de análise de conteúdo inspirado em conceitos de Bardin (2011) sem, contudo utilizar-se das classificações estabelecidas pela autora. Gomes (1994) considera que uma das funções na aplicação da análise de conteúdo é da verificação de hipóteses, que seria a forma para encontrar respostas nas questões desenvolvidas na pesquisa assim como a confirmação ou não de suposições.

Fonseca Júnior (2006, p. 280) diz que a análise de conteúdo de forma abrangente, é “um método das ciências humanas e sociais, destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa”. À luz das inferências de Krippendoff, o autor traz que uma das características desse tipo de análise é a constituição de uma “metodologia própria” que dá condições para o pesquisador julgar de forma crítica determinada pesquisa. Fonseca Júnior (2006) traz a definição de Lozano, afirmando que:

[...] a análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva – porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, podem chegar às mesmas conclusões. (LOZANO, 1994¹ p. 141-142 *apud* FONSECA JÚNIOR, 2006, p. 286).

A pesquisa exploratória para construção do *corpus* do material impresso dessa pesquisa se iniciou com uma visita informal ao Setor de Comunicação Social Integrada da TRENURB, que disponibilizou pastas com o material arquivado para livre consulta, desde que, fosse realizada no local. As edições disponíveis no arquivo se iniciam no ano de 2003, fazendo com que a pesquisa fosse delimitada com a definição de uma amostra contendo onze (11) edições, que compreendem o mês de março de 2003 até março de 2015, por terem sido verificadas nesse período mudanças significativas entre as publicações. Como citado anteriormente, a análise inicial e escolha do material teve que ser feita no local, e não somente pelo fato de ser uma publicação interna, mas também por não ter edições antigas em maior tiragem, sendo somente uma ou duas de cada para manter arquivada visando possíveis consultas e como maneira de conservar a história da empresa.

¹ LOZANO, José Carlos. *Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales*. In: RUIZ, Enrique Sanches; BARBA, Cecilia Cervantes (Org.). *Investigar la comunicación: propuestas ibero-americanas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Alaic, 1994. p. 135-157.

Considerando isso, como modo de ter em mãos o *corpus* da pesquisa, a maneira escolhida foi fotografar a amostra das 11 edições que carregam mudanças mais significativas em questões de evolução no conteúdo e formatação, para ser possível relacionar com a teoria desse trabalho. Visando facilitar o entendimento da evolução do objeto de estudo, foram construídas duas tabelas como maneira de classificar inicialmente o material, posteriormente realizando uma análise mais aprofundada em questões de formato e conteúdo. Apresentada a metodologia passa-se a seguir a apresentar a organização onde foi efetuado o estudo, a TRENURB, e posteriormente a análise propriamente dita.

5.2 A organização TRENURB

Conhecida nacionalmente por ser referência em transporte público de qualidade, com baixo custo e com maior rapidez, segurança, conforto no sul do país, a TRENURB se caracteriza por ser uma sociedade de economia mista, vinculada ao Ministério das Cidades e Governo Federal, que tem por acionistas a União (99,21%), o Estado do Rio Grande do Sul (0,61%) e o município de Porto Alegre (0,17%). Em 2015 a empresa comemora seus trinta anos de atuação, desde sua criação em 1980 e o início da sua operação comercial no ano de 1985.

Caracterizada como uma empresa de grande porte que conta com um quadro de mais de mil funcionários, a TRENURB divide-se em diversos setores para atuar, sendo a Sede Administrativa responsável por gerir a parte burocrática, o Setor Operacional que se divide em Setor de Tráfego de Trens, Operação de Estações, Segurança Metroviária e Centro de Controle Operacional, responsáveis pelo deslocamento da frota de trens; pelo atendimento dos usuários do sistema do metrô; atuar para que o público utilize os trens com segurança do sistema e, pelo controle das viagens diárias operando uma linha de trens urbanos com extensão de 43,8 quilômetros, no eixo norte da Região Metropolitana de Porto Alegre, compreendendo vinte e duas estações e uma frota de mais de vinte veículos com mais outros quinze modernizados sendo integrados ao sistema, atendendo a seis municípios: Porto Alegre, Canoas, Esteio, Sapucaia do Sul, São Leopoldo e Novo Hamburgo; e ainda o Setor de Manutenção que compreende as oficinas e é responsável por manter a

estrutura dos trechos em condições plenas de uso assim como os trens e as estações.

A partir dessa breve exposição institucional, percebe-se que a organização escolhida é de grande porte e possui variados setores que trabalham de forma integrada na busca por sanar demandas de atendimento ao público externo. É possível constatar que a circulação de um veículo de comunicação dirigida assume grande importância quando utilizado para levar notícias que dizem respeito às atividades da empresa e também dos funcionários, como forma de manter todos informados e cientes do que acontece no ambiente organizacional. Visto isso, o próximo tópico se destina ao início da análise do veículo “Notícias TRENSURB”.

5.3 Classificação inicial do objeto: quanto à natureza técnica do canal

Como uma análise inicial da amostra das 11 edições selecionadas, que compreende o período entre o mês de março de 2003 até março de 2015, foi construída a Tabela 1 para classificar inicialmente quanto às características de natureza técnica do material coletado, seguida pela análise da mesma:

Tabela 1 – Quanto à natureza técnica do canal de comunicação

Edição/Ano	Nomenclatura	Periodicidade	Tamanho	Formato
Nº 287 2003 (Anexo 1)	Informativo TRENSURB	Semanal	Duas páginas Frente/Verso	Folha A4 29,5 x 21,5cm Preto e branco
Nº 288 2003 (Anexo 2)	Informativo TRENSURB	Semanal	Duas páginas Frente/Verso	Folha A4 29,5 x 21,5cm Preto e branco
Nº 310 2003 (Anexo 3)	Informativo TRENSURB Informativo Semanal da Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre S.A.	Semanal	Quatro páginas	Papel Couchê 29,5 x 21,5cm Preto e branco/colorido
Nº 400 2005 (Anexo 4)	Notícias TRENSURB	Semanal	Quatro páginas	Papel Couchê 29,5 x 21,5cm Preto e branco/colorido

Nº 423 2006 (Anexo 5)	Notícias TRENSURB	Semanal	Quatro páginas	Papel Reciclado 29,5 x 21,5cm Parcialmente colorido
Nº 481 2008 (Anexo 6)	Notícias TRENSURB	Quinzenal	Quatro páginas	Papel Reciclado 29,5 x 21,5cm Parcialmente colorido
Nº 523 2009 (Anexo 7)	Notícias TRENSURB	Quinzenal	Oito páginas	Papel Reciclado 29,5 x 21,5cm Totalmente colorido
Nº 638 2014 (Anexo 8)	Notícias TRENSURB	Quinzenal	Doze páginas	Papel Reciclado 29,5 x 21,5cm Totalmente colorido
Nº 646 2015 (Anexo 9)	Notícias TRENSURB	Quinzenal	Doze páginas	Papel Reciclado 29,5 x 21,5cm Totalmente colorido
Nº 648 2015 (Anexo 10)	Notícias TRENSURB	Quinzenal	Doze páginas	Papel Reciclado 29,5 x 21,5cm Totalmente colorido
Nº 649 2015 (Anexo 11)	Notícias TRENSURB	Quinzenal	Doze páginas	Papel Reciclado 29,5 x 21,5cm Totalmente colorido

Fonte: elaborada pela autora.

5.3.1 Análise quanto à natureza técnica do canal

Primeiramente, considerado a teoria do jornalismo empresarial de Torquato (1987) se faz necessário classificar o canal de acordo com sua natureza técnica, já que como se pode perceber na Tabela 1, as edições assumiram mudanças até chegar à configuração atual.

Classificando quanto à periodicidade, pela análise da Figura 2, o material se enquadra na categoria de um Boletim, por ter suas edições veiculadas inicialmente de forma semanal e na atualidade quinzenalmente, considerando para isso a afirmação de Torquato (1987) de que os boletins se apresentam com essa periodicidade de menores intervalos por ter como propósito básico a veiculação de informações de caráter imediato, que necessitam chegar com rapidez ao público

alvo.

Quanto ao formato, analisando a Figura 3, mais uma característica que enquadra o material como um Boletim de acordo com a teoria, é sua formatação correspondente a 29,5 x 21,5cm, sendo essa a apresentação de formato mais frequente para esse tipo de material.

Embora as edições tenham evoluído passando de duas, quatro, oito e atualmente para doze páginas, poderia assumir uma característica típica de tamanho dentro do que Torquato (1987) classifica como sendo um Jornal. Porém, isso não torna suficiente para classificá-lo desse modo, pois como afirma o autor “um boletim de oito páginas já apresenta algumas características de jornal, embora sob outros aspectos seja completamente diferente” (TORQUATO, 1987, p. 43). Para dar continuidade à análise no próximo item, nessa pesquisa o veículo fica classificado como Boletim “Notícias TRENSURB”.

5.4 Classificação inicial do objeto: quanto ao conteúdo

A análise inicial também se aplicou no que tange ao conteúdo dos materiais coletados, como forma de organizar e pontuar mudanças e evolução em questões comunicacionais, conforme consta na Tabela 2, seguida da análise da mesma:

Tabela 2 – Evolução quanto ao conteúdo comunicacional do material

Edição/ Ano	Conteúdo institucional	Conteúdo incluindo os funcionários
Nº 287 2003 (Anexo 1)	-Textual e fotos -Capa e contracapa	- Somente textual - Contracapa
Nº 288 2003 (Anexo 2)	- Textual e ilustrações - Capa e contracapa	- Textual - Foto - Capa e contracapa
Nº 310 2003 (Anexo 3)	- Textual -Fotos e ilustrações - Criação de uma coluna fixa: “ <i>Sessão Editorial</i> ” - Criação de uma coluna: “ <i>Ponto a Ponto</i> ” - Capa, interior e contracapa	- Textual - Fotos - Criação de duas colunas fixas: “ <i>Perfil Nosso</i> ” e “ <i>Aniversários da semana</i> ” - Interior e contracapa

<p>Nº 400 2005 (Anexo 4)</p>	<p>-Textual - Fotos - Uma coluna fixa: “<i>Sessão Editorial</i>” - Capa, interior e contracapa</p>	<p>-Textual - Fotos - Duas colunas fixas: “<i>Perfil Nosso</i>” e “<i>Aniversários da semana</i>” - Interior e contracapa</p>
<p>Nº 423 2006 (Anexo 5)</p>	<p>- Textual - Fotos - Uma coluna fixa: “<i>Sessão Editorial</i>” - Reaparece coluna (até então esporádica): “<i>Ponto a Ponto</i>” - Capa, interior e contracapa</p>	<p>- Textual - Fotos - Duas colunas fixas: “<i>Perfil Nosso</i>” e “<i>Aniversários da semana</i>” - Coluna (esporádica): “<i>Ponto a Ponto</i>” - Interior e contracapa</p>
<p>Nº 523 2009 (Anexo 7)</p>	<p>- Textual - Fotos - Duas colunas fixas: “<i>Sessão Editorial</i>” e “<i>Ponto a Ponto</i>” (reaparece e ganha página específica) - Criação da sessão fixa: “<i>Em Foco</i>” - Capa, interior e contracapa</p>	<p>-Textual -Fotos - Duas colunas fixas: “<i>Perfil Ping Pong</i>” e “<i>Ponto a Ponto</i>” - Sessão fixa: “<i>Em Foco</i>” - Interior e contracapa</p>
<p>Nº 638 2014 (Anexo 8)</p>	<p>- Textual - Fotos - Duas colunas fixas: “<i>Sessão Editorial</i>” e “<i>Ponto a Ponto</i>” (agora com 2 páginas) - Sessão fixa: “<i>Em Foco</i>” - Capa, interior e contracapa</p>	<p>- Textual - Fotos - Três colunas fixas: “<i>Perfil</i>”, “<i>Ponto a Ponto</i>” e “<i>Conexões Organizacionais</i>” - Sessão fixa “<i>Em Foco</i>” - Interior</p>
<p>Nº 646 2015 (Anexo 9)</p>	<p>- Textual - Fotos - Duas colunas fixas: “<i>Sessão Editorial</i>” e “<i>Ponto a Ponto</i>” - Sessão fixa: “<i>Em Foco</i>” - Capa, interior e contracapa</p>	<p>-Textual - Fotos - Três colunas fixas: “<i>Perfil</i>”, “<i>Ponto a Ponto</i>” e “<i>Conexões Organizacionais</i>” - Sessão fixa “<i>Em Foco</i>” - Interior e contracapa</p>
<p>Nº 648 2015 (Anexo 10)</p>	<p>- Textual - Fotos e ilustrações - Duas colunas fixas: “<i>Sessão Editorial</i>” e “<i>Ponto a Ponto</i>” - Sessão fixa: “<i>Em Foco</i>” - Capa, interior, contracapa</p>	<p>- Textual - Fotos - Três colunas fixas: “<i>Perfil</i>”, “<i>Ponto a Ponto</i>” e “<i>Conexões Organizacionais</i>” - Nessa edição na coluna “<i>Cultura</i>” - Matéria de capa - Capa e Interior</p>
<p>Nº 649 2015</p>	<p>- Textual - Fotos</p>	<p>- Textual - Fotos</p>

(Anexo 11)	<ul style="list-style-type: none"> - Duas colunas fixas: “<i>Sessão Editorial</i>” e “<i>Ponto a Ponto</i>” - Sessão fixa: “<i>Em Foco</i>” - Sessão histórica: “<i>Há 30 anos</i>” - Capa, interior, contracapa 	<ul style="list-style-type: none"> - Três colunas fixas: “<i>Perfil</i>”, “<i>Ponto a Ponto</i>” e “<i>Conexões Organizacionais</i>” - Matéria de capa - Capa, interior e contracapa
------------	---	--

Fonte: elaborada pela autora.

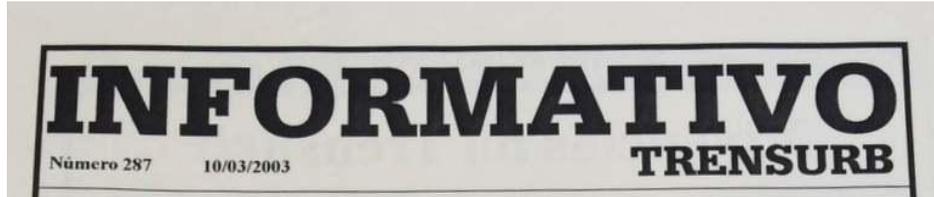
5.4.1 Análise quanto ao conteúdo do canal

Considera-se o que diz Torquato (1987) quando discorre sobre a importância dos veículos de comunicação dirigida escrita nas empresas, por serem eles os responsáveis em noticiar as vivências destas, e devido a sua estima junto aos colaboradores, construir um suporte junto ao público interno. Para o autor, o papel dessas publicações se fundamenta na medida em que:

A comunicação virá tornar públicas as intenções, revelar claramente para onde vai a empresa, mostrar a cada um o que é a coletividade no trabalho, permitindo a todos a participação no esforço comum, fazendo-os solidários de um mesmo ambiente de boa vontade, num grande impulso coletivo. O *house-organ* permitirá que essa ligação se torne efetiva: contribuirá poderosamente para lançar pontes entre os diversos públicos, entre as coletividades. Graças a ele, o pessoal de uma empresa encontrará um laço que o unirá necessariamente, num sentido particularmente caloroso de pertencer ao grupo. (TORQUATO, 1897, p. 30-31).

Observando as edições do ano de 2003 de número 287 (Anexo 1) e 288 (Anexo 2), quando o atual Notícias TRENSURB ainda se chamava “Informativo TRENSURB”, e continha apenas duas páginas impressas em preto e branco, temos um conteúdo em sua maioria textual, deixando claro que nessa época a ênfase era expor a história e a opinião da empresa através do discurso de seus dirigentes acompanhado pela divulgação de fotos dos mesmos. Fica claro o conteúdo mais informativo do material, com publicações de ações oferecidas da organização para o público interno, confirmando o que diz Palma (1983), quando afirma que dentre as principais funções dos *house organ* destaca-se a da informação, que se destina a divulgar as atividades da instituição e de outros assuntos de interesse interno.

Figura 4 – Nomenclatura



Fonte: Informativo TREN SURB - Edição 287, p. 1 (Anexo 1).

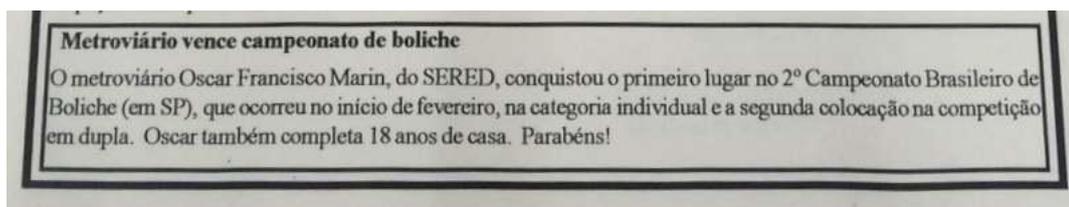
Figura 5 – Nomenclatura



Fonte: Informativo TREN SURB - Edição 288, p. 1 (Anexo 2).

Percebe-se que na edição número 287 (Anexo 1) ao funcionário é feita apenas uma pequena alusão textual sem uso de imagens em si, estando localizada apenas no final da página dois, confirmando que em sua maior parte o boletim se destina a informar contendo conteúdo sobre a empresa.

Figura 6 – Pequena alusão textual aos funcionários



Fonte: Informativo TREN SURB - Edição 287 p. 2 (Anexo 1).

Na edição número 288 (Anexo 2), há uma foto na primeira página que expõe o uniforme usado pelos funcionários do setor de Segurança Metroviária, juntamente com um agradecimento da empresa pela atuação conjunta de diversos setores trabalhando integrados, trazendo novamente discurso nominal da gerência, mostrando que a valorização é pelo trabalho dos setores como um todo. Outra observação é de que sempre há conteúdo referente à organização nas duas páginas, diga-se capa e contracapa no caso dessas edições mais antigas.

Passando a análise para a edição número 310 (Anexo 3) também do ano de

2003, com uma nova “cara”, o ainda chamado “Informativo TRENSURB”, se apresenta agora com tamanho de quatro páginas, onde a capa e contracapa são impressas coloridas e o interior ainda se mantém preto e branco. Surge nessa edição a “*Sessão Editorial*”, como uma forma de diálogo empresa/funcionário. Nessa sessão, percebe-se uma evolução no que diz respeito à aproximação e valorização dos colaboradores pelas próprias palavras da organização, quando afirma que a reformulação do material aconteceu no sentido de começar uma nova etapa no que diz respeito à comunicação interna como maneira de qualificar a gestão. É criada também a coluna “*Ponto a Ponto*” que nesse momento ainda não é definida como fixa ou não, trazendo apenas informes sobre atividades que tem ligação com a empresa. A partir dessa edição a Trensurb abre espaço para que os funcionários não somente recebam o boletim, mas sim, que contribuam dando sugestões de colunas e matérias, fazendo críticas e sugestões como forma de interagir com a criação das próximas tiragens, conforme afirma Mazer em relação às publicações empresariais:

[...] desempenha uma função elementar na cultura de comunicação, elaborado para uma comunicação interna legítima em que todos os funcionários se sintam também protagonistas e não cúmplices de um processo de comunicação. (MAZER, 2009, p. 01).

Segundo a empresa, a aspiração é que a partir dessa edição o foco se direcione no sentido de que o boletim passe de mero transmissor de informações para um canal efetivo de comunicação, conforme afirma Kunsch (1997) quando diz que considerando as modificações de cenário e de mercados impulsionadas pela Revolução Industrial, implicariam em mudanças de relacionamento e de gestão, fazendo com que as empresas criassem formas de se comunicar com seu público interno “dirigidas especialmente aos empregados”. (KUNSCH, 1997, p. 56).

Mesmo que na edição número 310 (Anexo 3) ainda se verifique, em sua maioria, conteúdo para expor empresa e suas atividades, como o sucesso nas operações e campanhas destinadas ao público externo, a nova proposta do boletim traz a criação de duas colunas fixas com conteúdo sobre e não somente para os funcionários. Uma delas é a “*Aniversários da Semana*”, localizada na página dois, trazendo nome e setor dos aniversariantes da semana referente ao período da edição em questão.

Figura 7 – Coluna “Aniversários da Semana”

ANIVERSÁRIOS DA SEMANA	
Dia 12 - João Traian Dvorschil - SEMLE Nadir MArimon - SEAPO	Gilberto de Andrade Motta - SEMEL Zeno Kindriewski Prosezeki - SEEST
Dia 13 - Anelio R. de Freitas -SEREL	Dia 17 - Silvia Maria Carneiro - SEEST
Dia 14 - Mário Andreatta de Souza - SEEST Victor Jorge Maschio - SESET	Vlademir Luiz Braga Rohde - SETRA Vladimir Pereira Mendonça - SEEST
Dia 15 - Antonio Armando de Souza - SEEST Flávio Rudimar Rodrigues - SEEST João Alfredo Correa de Leão - SEGUR Lino Roberto dos Santos - SEEST Roselaine Bolzan Streibel - SETRA	Dia 18 - Dilceu Callonti - SEBES Jair Fernando Santarita - SEMEL Joaquim da Fonseca - SETRA Marcos dos Santos Miranda - SETRA
Dia 16 - Alvandir Campos da Rocha - SEMAT	Dia 19 - Carlos Jovelino de Almeida - SEMAT Wilson R. Ackermann - SEEST

Fonte: Informativo TRENURB - Edição 310, p. 2 (Anexo 3).

Aqui percebemos mais uma mudança de posicionamento em trazer o colaborador para mais perto da organização, o que é ainda mais enriquecido com a criação da coluna “*Perfil Nosso*”, quando um funcionário é escolhido para ter sua foto veiculada junto de um texto que traz uma breve história de sua carreira e preferências pessoais.

Figura 8 – Coluna “Perfil Nosso”

Perfil / Nosso



O café nosso de cada dia

Você conhece a funcionária Altamira Marques dos Santos? Não? É a Tita, ela certamente você conhece. Tita trabalha na Trensurb há 23 anos e ingressou na empresa no dia 09 de julho de 1980. Desde o início, ela trabalha preparando o café. Nasceu no município de São Borja e mora há 30 anos em Viamão. Tem 59 anos e uma filha de 27, chamada Janaina. O apelido vem da infância e foi dado por um parente: "faz tanto tempo que me chamam assim que nem me lembro mais como surgiu", afirma Dona Tita.

Segundo Tita, a melhor coisa no seu trabalho é a tranquilidade que o local proporciona. "Ninguém me incomoda, não fico estressada", revela. Nesses 23 anos de casa, Tita tem muita história para contar. Uma que ela destaca foi a época, na qual o Setor de Pessoal (SEPES) ficava no 6º andar. Ela recorda que cada vez que chegava no lugar, para servir o café era uma gritaria, "as pessoas ficavam loucas". "Outra vez passei de propósito no setor sem a bandeja com o café, lembro que ninguém levantou a cabeça para ver quem estava passando", recorda.

Tita também tem seus sonhos, entre eles, a compra de um carro e fazer uma viagem aos Estados Unidos para visitar sua comadre. Nos momentos de lazer, ela gosta de frequentar os bailes em Viamão e visitar sua filha que mora em Capão da Porteira.

Rafaela Vaz

Fonte: Informativo TRENURB - Edição 310, p. 4 (Anexo 3).

No interior do boletim, na página dois, mais uma foto de colaborador participando de uma ação promovida pela empresa, à campanha do agasalho, que conforme Palma (1983), se trata de mais uma das funções dos *house organ* que ele chama de integração, responsável por incentivar o espírito de grupo e à sintonia do funcionário com os objetivos da instituição.

A edição de número 400 (Anexo 4) do ano de 2005 é um marco na história do boletim informativo dentro da Trensurb, pois como diz na capa se trata da edição

que marca os vinte anos de existência desse tipo de veiculação interna idealizado dentro da empresa. Na página dois a partir da análise do texto da matéria de capa, percebe-se que o boletim informativo surgiu praticamente junto com a empresa, que também iniciou sua operação comercial no ano de 1985, e que já assumiu formatos anteriores aos estudados nessa pesquisa, com fatos importantes de serem pontuados. O início se deu em setembro de 1985 quando se chamava “Resenha Trensurb” com tamanho menor que uma folha A4 contendo charges e pequenas matérias, salientando que a criação do boletim informativo foi com intuito de ser um meio de divulgar o “pensamento administrativo” e a “competência e empenho dos funcionários na execução de suas atribuições”. Uma modernização aconteceu em 1987, quando através de um concurso interno realizado para os funcionários o informativo passou a ser chamado de “Metrô Sul”, que possuía o formato de jornal tablóide, que contava com mais matérias e fotos e também espaço para o leitor dar sua opinião, assim como os “aniversariantes do mês”. Em 1993 deu lugar ao “Informativo TREN SURB”, que passou a assumir o formato apresentado na Tabela 1. Inevitável não fazer uma breve ligação referente a essas edições iniciais até chegar à edição 287 (Anexo 1) e 288 (Anexo 2) que são parecidas em questões de conteúdo com a “Resenha Trensurb” por conter poucas matérias e pouca referência aos colaboradores. A edição 310 (Anexo 3) se parece um pouco com o “Metrô Sul” por dar mais espaço ao funcionário e ter colunas fixas destinadas a isso. Com essa pequena volta no tempo na história do boletim, constata-se que em alguns momentos foi feita uma tentativa de evoluir e depois houve um retrocesso por parte do setor de comunicação social nas questões de conteúdo em se tratando de dar espaço ao público interno, alcançando realmente um avanço somente a partir da já citada edição número 310 (Anexo 3).

Segue-se agora para as mudanças da edição de número 400 (Anexo 4), em questões de tamanho e cores se mantém igual a anterior, mas o boletim vem com uma nova proposta de diagramação. A primeira mudança relevante é a do nome que passa a ser “Notícias TREN SURB”, seguida de uma nova disposição das colunas para facilitar a leitura, mostrando-se um material mais organizado e visualmente muito mais atrativo.

Figura 9 – Nova Nomenclatura: “Notícias TRENSURB”

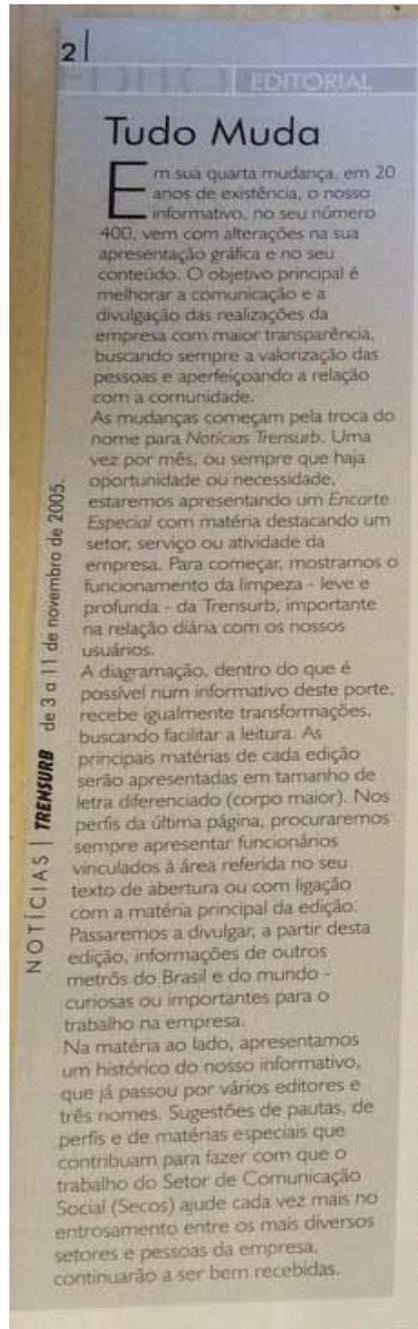


Fonte: Notícias TRENSURB - Edição 400, p. 1 (Anexo 4).

Conforme consta na “Sessão Editorial” que se faz perceber novamente como meio de diálogo com o público leitor, tais mudanças surgem como proposta da empresa em manter uma melhora na comunicação, reforçando o que diz na edição 310 (Anexo 3), pois não basta produzir o boletim e distribuí-lo sendo que “há uma interação dialógica, que rompe o modelo mecânico da informação e adota a postura do diálogo como melhor maneira de resolver conflitos” (MARCHIORI, 2008a, p. 29), sempre buscando manter a transparência e maior valorização das pessoas. Isso mostra um posicionamento decisivo da empresa em repaginar o lugar da comunicação, dando o valor que ela representa em questões de relacionamento, como afirma Marchiori (2008a) quando diz que:

é preciso criar valor para a comunicação [...]. As empresas que tratam a comunicação de forma profissional vêm trilhando esse caminho, o que significa um avanço para a comunicação estratégica. Nos dias atuais, não basta mais imaginar que *apenas* a produção de veículos de comunicação em uma organização – única e exclusivamente – conferirá a ela *status* de empresa que pratica a comunicação organizacional. (MARCHIORI, 2008a, p. 29).

Figura 10 – Sessão Editorial



Fonte: Notícias TRENURB - Edição 400, p. 2 (Anexo 4).

Nessa edição fica clara a ênfase na divulgação das atividades da empresa, que apesar de renovada mantém a maioria das matérias relativas à organização. São editadas também algumas matérias que se referem a acontecimentos do ambiente externo. Detalhe que a coluna “*Ponto a Ponto*” dessa vez não aparece, deixando na dúvida sua permanência no boletim. Quanto a cumprir o objetivo de valorização do público interno, na página dois é publicada uma foto de alguns

funcionários segurando o informativo em mãos, com a legenda que enfatiza sua circulação para todos metroviários sem exceção de setores, e também novo pedido de que os funcionários participem da criação do boletim mostrando que a Trensurb valoriza todos de forma igual buscando “consenso em relação a uma prática” (MARCHIORI, 2008a, p. 29) de construir um ambiente onde todos trabalhem de forma integrada. A coluna “*Perfil Nosso*” se mantém no mesmo formato na contracapa do boletim e os “*Aniversários da semana*” seguem sendo publicados com nome dos colaboradores.

Figura 11 – Funcionários com o boletim em mãos



Fonte: Notícias TRENSURB - Edição 400, p. 2 (Anexo 4).

A edição de número 423 (Anexo 5) do ano de 2006 não apresenta tantas mudanças no que diz respeito a criação de novas matérias que incluam os colaboradores, até porque não são encontradas muitas novidades além das colunas já existentes nas edições anteriores e que se mantêm fixas. Uma novidade é que a coluna “*Ponto a Ponto*” reaparece e dessa tem como destaque uma imagem dos funcionários realizando progressão interna na empresa, diferente das vezes que apareceu em edições anteriores apenas retratando notícias relativas à organização. A questão central nessa edição é o foco no posicionamento que a Trensurb assume como uma empresa sustentável, que além de preservar o meio ambiente ainda se preocupa em conscientizar seus colaboradores a pensarem no futuro das próximas gerações. Não se pode deixar de lado o fato da Trensurb ser uma empresa pública, e seus conteúdos terem como consequência um âmbito político envolvendo sua

gestão, mas que mesmo assim valoriza o ato de dialogar com seus funcionários e, nesse contexto se encaixa com o que afirma Palma (1983, p. 115) quando diz que:

Nas áreas relativas a órgãos governamentais, encontramos opiniões que enfatizam a importância do jornal de empresa como instrumento de aproximação e diálogo entre empregado e empregador. [...] seria o responsável pelo equilíbrio das relações dentro de uma empresa. Representariam eles, [...] um canal de colocação de idéias e pretensões.

Nessa edição, a 423 (Anexo 5), a Trensurb aparece como exemplo para o público, tanto interno quanto externo, no sentido de que colabora para uma melhor qualidade de vida, tanto pelo tipo de transporte mais ecológico que proporciona, quanto pela adoção de ações como separação de lixo e realização de impressões em papel reciclado, inclusive a contar dessa edição do “Notícias TREN SURB”, enfatizando essa prática com a adoção a partir de então de um selo de reciclagem na capa do boletim.

Figura 12 – Selo de reciclagem na capa



Fonte: Notícias TREN SURB - Edição 423, p. 1 (Anexo 5).

Contata-se nessa edição 423 (Anexo 5) um dos objetivos dos veículos de comunicação dirigida, que conforme Torquato (1987) é um meio de esclarecer as políticas e rumos da empresa, tornando a comunicação empresarial um “insumo estratégico” (BUENO, 2003, p. 4) para as organizações, “deixando de ser um mero apêndice do processo de gestão” (BUENO, 2003, p. 8). Assumir e comunicar esse posicionamento sustentável são formas da Trensurb se aproximar dos funcionários, mostrando que o futuro deles está associado ao da empresa, já que são eles que

ajudam a construí-la, refletindo assim uma organização mais humana que se preocupa não só com o que acontece dentro, mas também no ambiente externo. Considerando isso, Marchiori (2008a) atenta para a importância da comunicação dentro de uma empresa, no sentido de que ela é capaz de modificar realidades e construir algo novo, que venha a fazer sentido para as pessoas que estão inseridas no meio e fazendo-as se sentirem responsáveis em reproduzir e compartilhar o que é gerado por esse processo. Isso torna a comunicação uma ferramenta estratégica, que é capaz de “construir fatos no interior de uma organização, e não apenas pautar suas ações na comunicação de fatos que já ocorreram” (MARCHIORI, 2008a, p. 30). A autora acredita que desse modo se caracteriza um processo estratégico de comunicação, na medida em que ela é capaz de permitir que as mudanças aconteçam e reflitam em uma nova conduta que perpassa somente o ato de informar, sendo muito mais do que isso, aspecto que transparece nessa edição.

A edição de número 481 (Anexo 6) entra na análise não por questões de mudanças quanto ao conteúdo, mas sim por registrar a mudança quanto a periodicidade do “Notícias TRENURB”, que passa então a ser editado de forma quinzenal, característico de boletins informativos.

A análise segue para a edição 523 (Anexo 7) do ano de 2009 que além de continuar sendo quinzenal é um boletim que agora se apresenta com o tamanho de oito páginas. Mais mudanças que, segundo a Trensurb, vieram para facilitar a interação do leitor através uma diagramação mais dinâmica que facilita a leitura e com utilização de mais imagens, com um material totalmente colorido.

O “Notícias TRENURB” segue sendo impresso em papel reciclado e mantém o selo de reciclagem na capa. Nessa edição já não se encontram mais os “Aniversários da semana” e a coluna do perfil muda de nome para “Perfil Ping Pong” agora com uma nova proposta, em formato de entrevista rápida com o funcionário escolhido na quinzena. A coluna “Ponto a Ponto” ganha nessa edição uma página específica, mesclando informações e imagens sobre atividades da empresa, acontecimentos externos e relativos à participação do público interno. Na contracapa da edição 523 (Anexo 7) surge uma nova sessão chamada “Em Foco”, que traz uma foto de funcionários em plena atividade, se tornando mais uma coluna para divulgar o funcionários e valorizar seu trabalho.

Figura 13 – Coluna “Ponto a Ponto”



Fonte: Notícias TRENURB - Edição 523, p. 6 (Anexo 7).

Com a edição de número 638 (Anexo 8) do ano de 2014, na capa é feita alusão aos trinta anos de operação da empresa que se aproximavam, e assim como a Trensurb evoluiu e se modernizou o “Notícias TRENURB” também cresceu, surgindo ainda mais mudanças, e uma delas é relativa ao tamanho do boletim, tendo agora doze páginas com mais informações, mais colunas e mais imagens. As matérias, fotos e ilustrações de cunho institucional dão ênfase ao processo de inovação que a empresa investe, mostrando que ela não parou no tempo e segue com melhorias para oferecer sempre um transporte seguro, ágil e de qualidade sempre preocupada com o meio ambiente e bem estar das pessoas. A coluna

“*Ponto a Ponto*” agora compreende duas páginas contando com mais imagens e textos que pontuam a o crescimento e desenvolvimento profissional interno dos funcionários realizando integração junto da empresa. Investimento em recursos tecnológicos, que visa proporcionar desenvolvimento de atividades com mais qualidade e agilidade, também ganha destaque na coluna.

No número 638 (Anexo 8) percebe-se mais uma evolução em questões de valorizar os colaboradores, com o surgimento de uma nova coluna além das duas já existentes com conteúdo incluindo os funcionários, composta de uma página destinada exclusivamente a dar visibilidade ao trabalho de colaboradores chamada “*Conexões Organizacionais*”. O seu conteúdo é desenvolvido fazendo a escolha de uma “unidade organizacional” (setor da empresa) para explicar “Quem faz?”, “O que faz?”, “Como faz?” e “Onde fica?”, e além da matéria explicar com detalhes a função da área escolhida traz a foto e o nome de todos que a compõem para desenvolver os trabalhos. Verifica-se aqui duas funções dos veículos de comunicação dirigida trazidas por Torquato (1987, p. 30) “2) informações a respeito dos processos de trabalho e 3) humanização das atividades da empresa através de notícias relativas ao seu pessoal”, que não somente informa como valoriza e abre para todo quadro funcional a importância do setor em questão. Nesse momento também ganha força o que diz Marchiori (2006, p. 218) a respeito de que “a comunicação interna humaniza as relações entre os indivíduos”, afinal são elas as responsáveis em criar um propósito para o que se desenvolve no cotidiano organizacional. A autora destaca a importância do papel dos veículos de comunicação para compor esse processo, onde espaços que informam e buscam interação para construir relações e gerar conhecimento mútuo são a chave para organizações que buscam ambientes de trabalho de confiança, já que a comunicação interna assumiu a função de produzir novos conhecimentos.

Figura 14– Coluna “Conexões Organizacionais”



Fonte: Notícias TRENURB - Edição 638, p. 10 (Anexo 8).

Dando sequência para a análise na edição de número 646 (Anexo 9) de 2015, ano em que a empresa comemora seus trinta anos de atuação, o informativo mantém suas características de formatação, tamanho e colunas existentes tanto para expor a empresa quanto o quadro funcional. Pelo fato de o “Notícias TRENURB” ser um material editado pela empresa e distribuído aos funcionários, notícias e fotos relativas a ações e atividades implementadas pela organização ainda são encontradas na maioria das páginas, mesmo que já se observe uma evolução na busca por participação de todos na construção do material. Nessa edição em especial, é lançado o selo que representa os trinta anos da TRENURB como “*Uma marca para contar a nossa história*”, composto por duas imagens: uma que representa o novo modelo de trem que foi adquirido à frota já existente e a outra do Aeromóvel, símbolo de transporte moderno criado para a população. Essa edição 646 dá ênfase a investimentos da empresa no oferecimento de um transporte fundamental para a região metropolitana de Porto Alegre, de forma mais moderna, confortável e segura.

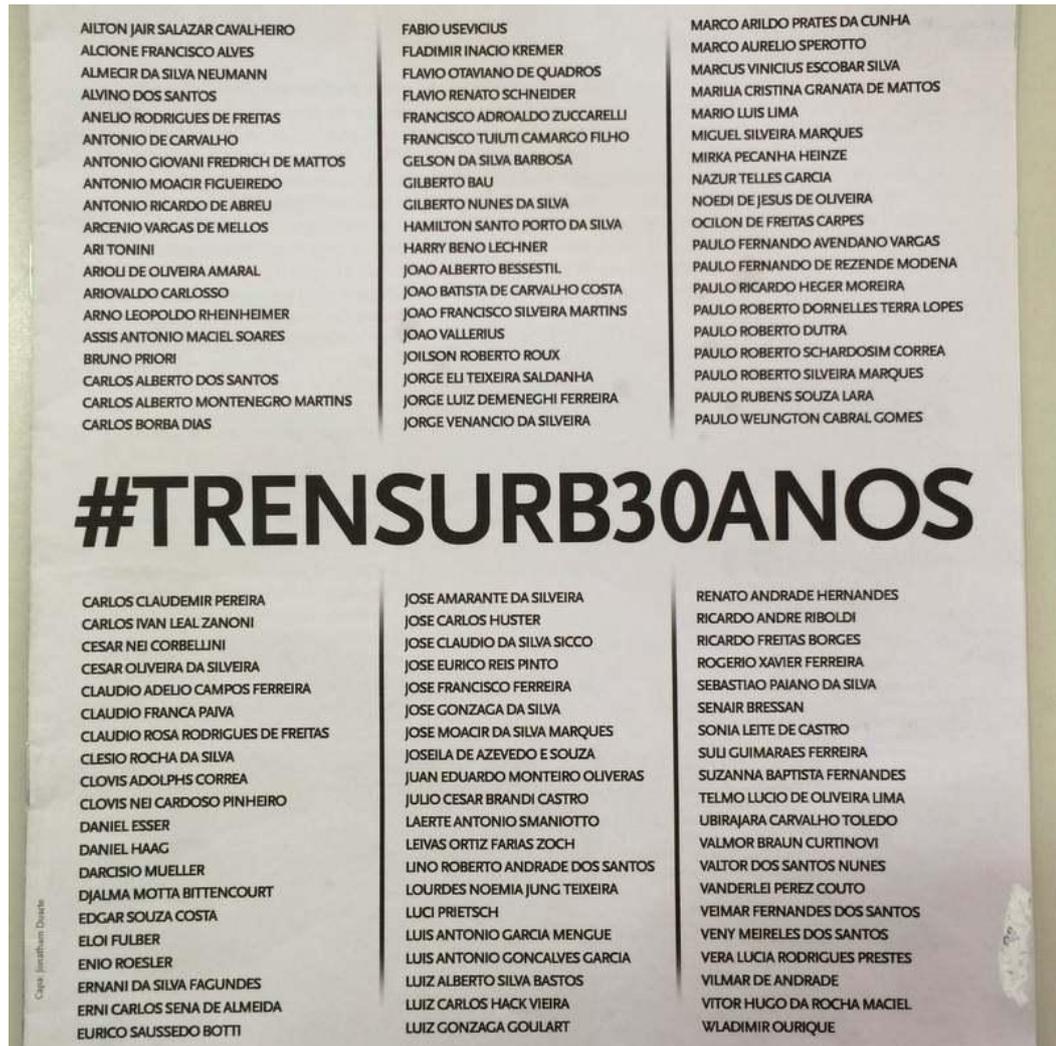
Figura 15 – Selo comemorativo dos 30 anos da Trensurb



Fonte: Notícias TREN SURB - Edição 646, p. 1 (Anexo 9).

O boletim de número 648 (Anexo 10) é a edição da primeira quinzena do mês de março de 2015, sendo que a Trensurb completa seus trinta anos no segundo dia do mês. Realmente essa é uma edição muito especial pela questão de como é pautada a comemoração da empresa relacionando com os funcionários. Dessa vez a capa do informativo não apresenta imagens nem sua configuração tradicional, mas sim, o nome de todos os funcionários que em 2015 completam trinta anos dedicados a Trensurb, tanto os ativos como os inativos. São pessoas que ajudaram a construir a Linha 1 como é chamada no material e sem dúvidas isso demonstra o respeito por quem já deixou a Trensurb e sua importância é lembrada e valorizada até hoje por fazerem parte da história da construção da empresa.

Figura 16 – Nome de funcionários na capa



Fonte: Notícias TRENURB - Edição 648, p. 1 (Anexo 10).

A edição 648 (Anexo 10) segue composta por doze páginas, e esse resgate histórico se solidifica nas páginas internas onde sete delas são destinadas a relacionar histórias de vida profissional de funcionários carinhosamente chamados de “trintões” com a história da empresa. Em depoimento localizado na página seis, na coluna que traz a matéria de “Capa”, uma colaboradora que está há trinta e um anos na Trensurb fala sobre a expansão da linha de trens nesse período:

“[...] uma injeção de ânimo para todos os funcionários é ver tantos projetos sendo concluídos, apesar de alguns problemas, foi empolgante; e, também, pensar que fizemos parte destes processos, cada um a sua maneira, renova a sensação de pertencimento, tão importante para qualquer funcionário” (Notícias TRENURB, edição 648, 1º a 15 de março de 2015, p. 6).

Com esse depoimento percebe-se a importância que reside em sentir-se parte da empresa para a qual se trabalha denominado por Torquato (1987, p. 30) como “melhoria do moral dos empregados”, valorizando e dando motivação para que se sintam estimulados a produzir e colaborar com os objetivos da organização. É o que Vieira (2004) defende quando fala que a comunicação deve ser usada como maneira de valorizar os funcionários garantindo que se sintam satisfeitos no ambiente de trabalho, fazendo com que informação e conhecimento andem juntos com a integração. “As pessoas têm de encontrar um propósito; elas têm de perceber que seu trabalho está contribuindo para algo que ela valoriza. Ou seja, as pessoas têm de encontrar razão para o porquê de trabalharem” (MORIN, 2005² p. 20 *apud* MARCHIORI, 2006, p. 211).

A edição de número 649 (Anexo 11) que compreende a segunda quinzena do mês de março de 2015 dá continuidade ao clima de festejo dos trinta anos da Trensurb. A marca lançada na edição 648 (Anexo 10) em formato de um selo histórico comemorativo, agora passa a integrar a capa do “Notícias TRENSURB” para demarcar o ano de comemorações, substituindo o selo de reciclagem que constava anteriormente, mesmo que o papel utilizado siga sendo reciclado. Novamente na capa do boletim constam nomes de funcionários, mas agora dos que estão ativos em 2015 e completando mais de três décadas se dedicando à empresa. Essa postura da organização de evidenciar o nome dos colaboradores mais antigos tanto na edição 648 (Anexo 10) e 649 (Anexo 11), torna-se ainda mais importante, na medida em que valoriza a contribuição de quem ajudou a construir a história da Trensurb e ainda incentiva funcionários que ingressaram há menos tempo evidenciando “toda a força comunicadora de uma publicação junto à comunidade interna [...]” (TORQUATO, 1987, p. 30). Marchiori (2008a) enfatiza isso como um tratamento estratégico que leva as organizações a um processo comunicacional de produção de conhecimento junto dos seus funcionários,

[...] definindo caminhos que levem a organização a um processo de modernização na busca de sua percepção e conseqüente consciência comportamental. Sendo assim, a comunicação deve agir no sentido de construir e consolidar o futuro da organização. (MARCHIORI, 2008a, p. 32).

² MORIN, E. Foco Interno. Revista GV Executivo da Fundação Getúlio Vargas, v. 4, n. 1, p. 40-53, fev./abr. 2005. Entrevista concedida à I. Vasconcelos e P. F. Bendassoli.

Figura 17 – Nomes de funcionários e selo de 30 anos na capa



Fonte: Notícias TREN SURB - Edição 649. p. 1 (Anexo 11).

Novamente como na edição anterior, o destaque vai para os colaboradores na coluna que trata da matéria de “Capa” e nessa edição 649 (Anexo 11), se constitui basicamente de imagens, com uma galeria de fotos dos funcionários parabenizando a Trensurb de forma criativa e divertida com o uso de peças que fazem alusão ao uso de redes sociais, mostrando que a empresa está presente também no mundo virtual.

Figura 18 – Matéria comemorativa de capa



Fonte: Notícias TREN SURB - Edição 649, p. 6-7 (Anexo 11).

O mês de março compreende também a comemoração do Dia Internacional da Mulher, e a empresa não deixa de prestar sua homenagem para as funcionárias através da coluna “*Em Foco*”, composta pela foto de uma operadora de trem em atividade, fazendo um belo contraste entre força e delicadeza com a legenda “*A força da mulher metroviária*”.

Figura 19 – “Sessão em Foco”: a força da mulher metroviária



Fonte: Notícias TRENURB - Edição 649, p. 12 (Anexo 11).

Uma sessão histórica é lançada na página dois da edição 649 (Anexo 11), para lembrar os acontecimentos que envolveram a Trensurb no ano de 1985 chamada “*Há 30 anos*”, composta por recortes de jornais locais que veicularam notícias importantes referentes ao início da operação comercial dos trens. Muitos dos nomes de funcionários que constam na capa do boletim possivelmente acompanharam esses fatos na época em que ocorreram por já estarem prestando serviço à empresa. No momento em que o boletim conta essa história, também remonta a caminhada dos colaboradores que participaram nesse processo.

Figura 20 – Coluna “*Há 30 Anos*”

**Há 30
anos**

No ano em que a Linha 1 completa três décadas de funcionamento, relembramos algumas notícias que tiveram a Trensurb como destaque em 1985.



Os novos alunos da Unisinos participarão de uma série de palestras de orientação

Trensurb facilita ida até Unisinos

Os 19 mil alunos da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) deverão iniciar o ano letivo, no próximo dia 5 de março, contando com uma novidade: em virtude da implantação do Trensurb, o deslocamento até o campus deverá estar bastante facilitado. Apesar da última estação do metrô ficar em Sapucaia — a três quilômetros do campus — a empresa de ônibus Real fará a conexão Sapucaia-São Leopoldo, possibilitando que os alunos cheguem rapidamente à Universidade.

A Unisinos não programou nenhuma festividade para receber os 2.500 novos alunos, deixando esta parte a cargo dos órgãos estudantis. O departamento denominado Órgãos Suplementares, no entanto, organizou uma série de palestras que objetivam orientar o calouro dentro da realidade da Universidade.

Ao total, a Unisinos oferece 33 cursos, ministrados por 700 professores, sendo que em 85 dará continuidade aos novos cursos iniciados no segundo semestre do ano passado: Serviço Social, Secretariado Executivo Bilingüe e Bacharel em Ciência da Computação.

Reprodução jornal Zero Hora - 04/03/1985

Fonte: Notícias TRENURB - Edição 649, p. 3 (Anexo 11).

Marchiori (2006) diz que a comunicação e organização andam juntas e que através dessa relação que se criam vínculos de confiança mútua. Bueno (2003) complementa quando fala que a comunicação dentro das empresas é uma forma inteligente de gerir as informações pela escolha de conteúdos e discursos a serem veiculados, ressaltando o papel importante que um profissional qualificado assume nessa área, pois como defende Marchiori (2008a) toda ação deve ser pensada dentro de uma organização atualmente sem deixar de pensar no resultado que irá gerar, pois no mundo moderno os acontecimentos se dão de forma muito ágil. Com isso é vital que se crie uma relação da empresa com os funcionários baseada na compreensão de seus anseios e valores para que juntos possam atingir os objetivos organizacionais.

Farias (2011) nos coloca que a “transparência” é premissa básica para se desenvolver uma atividade de relacionamento com o público, e com essa declaração temos o marco do início de um moderno conceito de relações públicas. Se a verdade não pode ser dita, é melhor buscar novos comportamentos para que ela

possa ser explanada sem receios. Para o autor, “relações públicas trabalham essencialmente com a filosofia do planejamento. Mais do que um conceito, pode-se entender que se trata de um elemento seminal” (FARIAS, 2011, p. 51). Compreender a área e sua contribuição para as organizações prevê que se perceba sua importância como uma função estratégica de planejamento das ações da empresa para com seus públicos. Funciona como uma mediadora de criação e manutenção da imagem empresarial, gerenciando e tornando de comum interesse os anseios e objetivos de uma parte com a outra. A partir do exposto, vimos que:

As relações públicas, como disciplina acadêmica e atividade profissional, têm como objeto as organizações e seus públicos, instâncias distintas que, no entanto, se relacionam dialeticamente. É com elas que a área trabalha, promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se, para tanto, de estratégias e programas de comunicação de acordo com situações reais do ambiente social. (KUNSCH, 2003, p. 89).

Kunsch (1997, p. 128) discorre ser necessário “considerar o setor de comunicação interna como uma área vital, integrada ao conjunto de políticas, estratégias e objetivos funcionais da organização”. Levando em conta todos esses aspectos, dentre os novos desafios, do profissional de Relações Públicas, encontra-se a tarefa de comunicação interna, seja com o objetivo de informar e gerar conhecimento, pois informação é poder, aos funcionários da empresa, ou para atingir a sua missão, visão e valores. A comunicação interna aliada ao setor de RP, quando bem planejada, exerce um papel fundamental no desenvolvimento, exposição e valorização da empresa e funcionários, ajudando a programar ações direcionadas à manutenção da imagem de produtos e serviços. Portanto,

[...] exercer a função estratégica significa ajudar as organizações a se posicionar perante a sociedade, demonstrando qual é a razão de ser do seu empreendimento, isto é, sua missão, quais são os seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como a definir uma identidade própria e como querem ser vistas no futuro. Mediante sua função estratégica, elas abrem canais de comunicação entre as organizações e os públicos, em busca de confiança mútua [...]. (KUNSCH, 2003, p. 103).

Torquato (1897, p. 31) afirma que “as Relações Públicas contribuíram decisivamente para o fortalecimento das publicações empresariais”, e que dessas que foram criadas considerava-se que fossem veículos para apoiar o trabalho realizado pela profissão, por compreender como uma de suas atribuições à construção da confiança entre organização e público interno. Farias (2011) nos

coloca que a “transparência” é premissa básica para se desenvolver uma atividade de relacionamento com o público, e com essa declaração temos o marco do início de um moderno conceito de relações públicas. “Mais do que um conceito, pode-se entender que se trata de um elemento seminal” (FARIAS, 2011, p. 51).

Compreender a área de relações públicas e sua contribuição para as organizações prevê que se perceba sua importância como uma função estratégica de planejamento das ações da empresa para com seus públicos. Funciona como uma mediadora de criação e manutenção da imagem empresarial, gerenciando e tornando de comum interesse os anseios e objetivos de uma parte com a outra. Visto isso, finaliza-se a análise dos boletins pontuando que algumas edições em que consta a sessão “*Expediente*”, composta pelo nome dos responsáveis envolvidos na criação do boletim, nem sempre aparece um profissional de Relações Públicas na equipe. No próximo tópico são apresentadas as considerações finais compreendidas com a realização dessa pesquisa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o contexto histórico e social globalizado em que ocorreu a evolução no posicionamento das organizações na sociedade e nas formas de comunicação com seus públicos de interesse, o presente trabalho pretendeu compreender se as mudanças do veículo de comunicação dirigida escrita, “Notícias TRENSURB”, em questões de formatação e conteúdo, refletem uma postura da Trensurb no que tange a valorização e aproximação com o público interno. Para isso, foram selecionadas onze edições que compreendem o período entre o mês de março de 2003 até março de 2015 e realizada uma análise de conteúdo da amostragem.

Ao iniciar o trabalho buscou-se suporte na pesquisa bibliográfica para validar aos conceitos expostos na teoria, já fazendo uma ligação prévia com o conteúdo encontrado nas edições escolhidas do atual “Notícias TRENSURB”, que aborda temas de interesse dos metroviários, ações dos diversos setores da empresa, serviços implantados, eventos institucionais, atividades culturais e sociais, etc., ficando claro que existe uma preocupação em informar e expor as ações da empresa aos colaboradores internos.

Essa pesquisa possibilitou constatar, através da análise de conteúdo relacionada com o esteio teórico do trabalho, que houve uma evolução considerável no material impresso em questões de comunicação como ferramenta no processo de relacionamento e valorização do público interno por parte da Trensurb. Pelas onze edições analisadas do boletim interno atualmente denominado “Notícias TRENSURB”. Inicialmente percebe-se mudanças em questões de formatação que ficaram mais claras entre a edição 287 (Anexo 1) e 310 (Anexo 3), por toda reformulação estética do material, que teve páginas acrescidas e novas colunas ficando muito mais interessante para a leitura.

Posteriormente pelo surgimento da “*Sessão Editorial*” na edição 310 (Anexo 3) percebe-se que o material vem com uma nova proposta, de não somente repassar informações e expor as atividades da empresa e sim se transformar em um canal efetivo de comunicação ao convidar os funcionários para darem sugestões na construção do material, ideia reforçada na edição 400 (Anexo 4), delineando uma comunicação menos fragmentada e tradicional e mais integrada.

Verificou-se progresso também, quando nas edições iniciais, onde era feita alusão aos funcionários no boletim de forma mínima, apenas com uso de pequenos textos, sem colunas ou matérias específicas nem muitas imagens. A partir da edição 310 (Anexo 3) inicia-se um processo em questões de visibilidade e inclusão dos colaboradores nas publicações com a inserção da coluna “*Perfil Nosso*” e “*Aniversários da Semana*”, pois as duas tratam diretamente dos mesmos, o que já pode se considerar uma nova postura de valorização e aproximação da empresa, enriquecida pelo acréscimo da coluna “*Conexões Organizacionais*” na edição 638 (Anexo 8), que trata não só de um funcionário, mas de um setor como todo.

Na edição 423 (Anexo 5) alinhada com um dos objetivos da comunicação organizacional em se preocupar com os impactos do ambiente externo no âmbito da empresa, a Trensurb se preocupa em ter um cuidado com essa questão quando expõe para seu público interno a importância do cuidado com o meio ambiente, e mesmo que mantenha o material impresso, usa agora papel reciclado. Outra constatação dessa pesquisa é frizar esse fato do boletim ser mantido no formato impresso, o que acaba tornando uma publicação de cunho interno assumir também caráter externo já que permite aos colaboradores levarem o material para fora do ambiente da empresa. Nesse ponto é necessário fazer a observação de que como funcionária da Trensurb, a pesquisadora, durante a realização dessa pesquisa descobriu que desde 2012 o “Notícias TRENSURB” se encontra no formato digital, disponível na intranet da empresa. Devido ao setor em que atua, nem sempre propiciar a disponibilidade para acessar um computador e ler as notícias que são publicadas na plataforma digital, fato que não ocorre com o boletim. Verifica-se com essa situação que o material ser mantido impresso acaba permitindo maior interação com o leitor, que pode leva-lo para qualquer lugar de seu interesse, como a própria residência, possibilitando ao colaborador compartilhar a vida da organização com sua família, ou até mesmo mostrar sua foto e seu nome em alguma coluna da quinzena.

Como cumprimento do objetivo principal desse trabalho, que pretendia realizar uma análise de conteúdo do veículo de comunicação dirigida “Notícias TRENSURB”, considerando-se os conceitos de evolução da teoria da comunicação organizacional e a identificação de mudanças que contribuíssem para uma aproximação e valorização da Trensurb em relação ao público, foi realizada e pontua-se que mesmo ainda ficando claro ser o “Notícias TRENSURB” uma

publicação linear bem definida da empresa para os funcionários, as modificações encontradas na amostra refletem sim um avanço, denotando um novo posicionamento da organização pela disponibilização de maior espaço e matérias que dão visibilidade tanto ao funcionário como para seu trabalho. De meros textos e poucas imagens percebe-se que com o passar dos anos o conteúdo evoluiu para colunas específicas e bem definidas.

A edição 400 (Anexo 4) que é reformulada visando renovação do conteúdo e formatação conta com um reforço da Trensurb ao pedido para que houvesse maior participação do público interno na construção do boletim, mas parece que não houve muita atenção por parte dos funcionários nessa solicitação, pois a mesma já havia sido feita na edição 310 (Anexo 3).

Como sugestão essa pesquisa conclui que a Trensurb poderia trabalhar mais o fator relacionamento, contando com um profissional qualificado da área de Relações Públicas no sentido de criar campanhas que incitem uma participação mais efetiva do público interno na construção do material.

REFERÊNCIAS

- ABRACOM. **Caderno de comunicação organizacional**: como entender a comunicação interna. São Paulo, 2008. Disponível em <<http://www.abracom.org.br/arquivos/ComunicacaoInterna.pdf>>. Acesso em: 9 mai. de 2015.
- BALDISSERA, Rudimar. A complexidade dos processos comunicacionais e interação nas organizações. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010a. v. 2. p. 199-213.
- _____. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1. p. 135-164.
- _____. Organizações como *complexus* de diálogos, subjetividades e significações. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **A comunicação como fator de humanização nas organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010b. v. 3. p. 61-76.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BUENO, Wilson. **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003.
- CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 1995.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Remuneração, benefícios e relações de trabalho: como reter talentos na organização**. Barueri: Manole, 1999.
- COSTA, Daniel. **Endomarketing inteligente. A empresa pensada de dentro para fora**. Porto Alegre: Dublinense, 2010.
- FARIAS, Luiz Alberto (Org.). **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011.
- FERREIRA, Waldir. Comunicação dirigida: instrumento de relações públicas. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 280-304.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

GOMES, Romeu. Análise de dados em pesquisa qualitativa. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 67-76.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. A dimensão humana da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **A comunicação como fator de humanização nas organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. p. 41-60.

_____. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006. p. 167–190.

_____. Percursos paradigmáticos e avanços epistemológicos nos estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. v.1. São Paulo: Saraiva, 2009a. p. 63–89.

_____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

_____. Relações públicas e comunicação organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica. **Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, São Paulo, v. 6, n. 10-11, p. 49-56. 2009b.

_____. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas da comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

LIEDKE, Enoí Dagô. A comunicação organizacional como instrumento de socialização. In: Congresso Brasileiro da Comunicação, 24., 2001, Campo Grande. **Anais eletrônicos...** Campo Grande: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2001. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/436/000309397.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

MARCHIORI, Marlene. Comunicação como expressão da humanização nas organizações da contemporaneidade. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **A comunicação como fator de humanização nas organizações**. São Paulo: Difusão, 2010. p. 139-154.

_____. Comunicação interna: um fator estratégico no sucesso dos negócios. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006. p. 205-222.

_____. **Cultura e comunicação organizacional**: um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano: Difusão Editora, 2008a.

_____. Os desafios da comunicação interna nas organizações. **Conexão: comunicação e cultura**, Caxias do Sul. v. 9, n. 17, jan/jun. 2008b. p. 145-159.

MAZER, D. H. Nascimento. **Em Dia: boletim interno compartilhando informações**. Embrapa Informática agropecuária. Londrina, 2009. Disponível em: <<http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/71975/1/ID-30953.pdf>>. Acesso em: 20 abri. 2015.

MENDES, Regina Stela Almeida Dias. **Endomarketing como ferramenta de comunicação com o público interno**. 9 p. Universidade Federal de Juiz de fora, 2004. Disponível em: <<http://endomarketing.com/wp-content/uploads/2014/10/artigo-endomarketing-como-ferramenta-de-comunicacao-com-o-publico-interno.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

MOTTA, Fernando C. Prestes. **Teoria das organizações**: evolução e crítica. São Paulo: Pioneira, 1986.

NASSAR, Paulo. A comunicação como valor estratégico. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006. p.239-248.

_____. **Comunicação interna**: a força das empresas. São Paulo: Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, 2013.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** São Paulo: Paulus, 2007.

PALMA, Jaurês Rodrigues. **Jornalismo empresarial**. Porto Alegre: Sulina, 1983.

TORQUATO, Gaudêncio. **Jornalismo empresarial**: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Summus, 1987.

_____. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

TRENSURB. Site Institucional. Disponível em <<http://www.trensurb.gov.br/home.php>> Acesso em 07 de maio de 2015.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação organizacional: gestão de relações públicas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. Ed., Porto Alegre: Bookman, 2010.

ANEXOS

Anexo 1 – Edição 287

INFORMATIVO

Número 287 10/03/2003

TRENSURB

Maioridade com responsabilidade

Dia 02 de março a Trensurb completou 18 anos de **Operação Comercial**, alcançando sua maioridade com maturidade. Prova disto, é a responsabilidade com que sempre foram tratados os serviços prestados pela empresa. Quando vim para a Direção da Trensurb, sabia que aqui encontraria uma equipe profissional e competente, que ao longo destes anos continua demonstrando um carinho especial pelo seu trabalho e pelas ações da empresa. Não transportamos apenas pessoas, mas sonhos, esperanças, angústias, alegrias e, acima de tudo, a vontade de um povo que se esforça para construir um presente com menos desigualdades sociais. A Trensurb também é feita de pessoas que acalentam o mesmo sonho e as mesmas esperanças. Na Trensurb queremos fazer a nossa parte, buscando alcançar maior eficiência e qualidade nos serviços prestados e avançando nas experiências que fortaleçam a democracia como alicerce da sociedade que sonhamos. É por isto que queremos trabalhar com 5 eixos básicos em nosso planejamento: a Qualificação dos Serviços, a Qualificação da Gestão, a Constituição de uma Política de Recursos Humanos, a Formação Profissional e a Expansão das Ações da empresa. Também queremos tornar a Trensurb mais nossa, onde todos possam participar dos grandes debates que interessam à empresa e que possam se sentir construtores deste novo momento no qual vivemos em nosso País. Parabéns à Trensurb, mas acima de tudo, parabéns a você metroviário, que é o construtor desta empresa. Parabéns aos nosso usuários, o motivo da existência da Trensurb.

Marco Aurélio Spall Maia,
Diretor-Presidente.

VEJA NESTA EDIÇÃO:



- 

Depoimentos de quem fez história.
- 

Visita: Secretário Nacional de Transportes visita a Trensurb e apresenta Secretaria aos funcionários.
- 

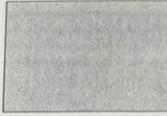
Comemoração: Dia Internacional da Mulher - uma luta a ser lembrada.
- 

Saúde: Palestra sobre câncer de boca.
- 

Torneio: Metroviário vence campeonato de boliche.

Especial 18 Anos de Operação

Vivências na Trensurb



Até há 18 anos os moradores da região metropolitana viviam sem um meio de transporte público, alternativo ao ônibus, de qualidade. Para se deslocar à Porto Alegre levava-se quase duas horas, hoje este percurso leva, no máximo 45 minutos (entre a Estação Mercado e São Leopoldo). A partir do dia 02 de março de 1985 essa realidade começou a mudar, e três dias depois os trens começaram a circular comercialmente. O dia 02 de março de 2003 marca a chegada da Trensurb a sua maioridade. São 18 anos de serviços prestados, sempre oferecendo aos usuários um transporte de qualidade, eficiente e barato.

Nesta data já se pode perceber também algumas mudanças com a nova gestão: pela primeira vez a diretoria é anunciada por um Ministro, que posteriormente veio conhecer todo o sistema metroviário; a direção está visitando o setor por setor da empresa, inclusive as áreas que funcionam à noite e construindo junto a todos os funcionários o Planejamento da empresa. Muito já foi feito, porém há ainda muito o que construir. Para recontar esta história de competência e lutas, a equipe do Informativo contatou alguns construtores dessa realidade.

Mais união para crescer

Cristiano Estrela



"Tenho a esperança de que consigamos um envolvimento maior, com mais união, para que a empresa continue se modernizando, se expandindo e por consequência beneficiando ainda mais a população", afirmou o **Diretor de Operações Luis Carlos De Cesaro**, que assumiu o cargo em janeiro. De Cesaro dá os parabéns a todos que se envolveram nessa história. Em seu pouco tempo de casa ele se diz surpreendido com a qualificação dos funcionários e o nível de relação existente. "É uma empresa onde se veste a camiseta. Tudo isso explica o reconhecimento público pela qualidade dos serviços que presta. O mesmo acontece em nível nacional e internacional", afirmou. Mas para o diretor não é motivo de acomodação: "isso só aumenta as nossas responsabilidades, pois é nosso dever reunirmos todas as energias e capacidades, buscando a solução dos problemas que se acumulam". Lembra ainda que tudo deve ser feito sem privatizar nada, e sim tornando a Trensurb pública de verdade, com democracia, participação e transparência.

História de lutas

Cristiano Estrela



O **Diretor de Administração e Finanças, Marco Arildo Prates da Cunha**, está na empresa desde 02 de janeiro de 1985. Ele diz que sua história na Trensurb se confunde com a luta dos metroviários pela melhoria das condições e a manutenção das conquistas. "Na época em que o ex-presidente Collor assumiu iniciou um processo de degradação da empresa. As ameaças de privatização e de perdas para os usuários foram superadas com uma mobilização da sociedade ressaltando a importância do metrô. Essa mobilização difundiu o perfil da luta da categoria, que passou a se preocupar não apenas com os problemas corporativos, e sim com sua função social", diz Arildo. "É exatamente esse sentimento de comunhão que a atual administração quer recuperar, pois a obrigação de todos é preparar a Trensurb para o futuro, com uma gestão verdadeiramente participativa, onde todos os funcionários cumpram o seu papel de atender a população que utiliza o metrô" disse.

Metroviário vence campeonato de boliche

O metroviário Oscar Francisco Marin, do SERED, conquistou o primeiro lugar no 2º Campeonato Brasileiro de Boliche (em SP), que ocorreu no início de fevereiro, na categoria individual e a segunda colocação na competição em dupla. Oscar também completa 18 anos de casa. Parabéns!

INFORMATIVO

Número 288 13/03/2003

TRENSURB

Êxito na Operação Gre-Nal



A Trensurb e a BM avaliaram positivamente a Operação Gre-Nal ocorrida no dia 09, que envolveu a BM, trem, torcidas organizadas e os clubes, que reuniram-se na semana passada para formular ações de prevenção à violência em dias de jogo dentro do sistema metroviário. A avaliação foi feita no dia 10, durante reunião na sede da empresa entre a Direção, equipes do trem e o 15º Batalhão da BM. O trabalho integrado de todas as Gerências de Operação - GETRA e GEUSU- e seus respectivos setores- SECOT, SETRA, SEEST e SEGUR e a BM foi levantado como principal fator que levou ao êxito da operação Gre-Nal. O Presidente Marco Maia e os Diretores Marco Arildo e De Cesaro, elogiaram a ação integrada e reforçaram a importância da continuidade do trabalho em conjunto.

Na ida ao jogo, foram apreendidas 12 bombas caseiras, um foguete, três baquetas e diversas soqueiras. "Graças à Operação esses equipamentos não entraram no Está-

dio, evitando assim que muita gente se machucasse", afirmou Maia. Para o Assistente de Segurança Eurico Botti, o envolvimento da diretoria na questão, "foi fundamental para o êxito de operação, pois ela puxou para si a responsabilidade", afirmou.

TRENSURB
18 ANOS
DE OPERAÇÃO

VEJA NESTA EDIÇÃO:

- ➔ Almoço festivo dos 18 Anos de Operação da Trensurb.
- ➔ Campanha Volta Às Aulas prossegue até dia 17.
- ➔ Iniciam preparativos para o curso da JICA.
- ➔ Trensurb reforça segurança para os jogos de sábado.

EXTRA!

Notícias da Semana

Campanha Volta Às Aulas prossegue até dia 17



Doze cadernos, lápis, canetas, borrachas e todos os tipos de livros em todas as estações da Trensurb do dia 17 de fevereiro à 17 de março.

ISSO É COMPROMISSO SOCIAL. VÁ DE METRÔ.

MINISTÉRIO DAS CIDADES GOVERNO FEDERAL

A **Campanha Volta Às Aulas** prossegue até o dia 17 deste mês. Quem ainda não participou, pode adquirir um kit de material escolar (com 13 itens) na Afurb por R\$ 9,00 para doar na Campanha e ganhar uma camiseta da Associação. Vá à Afurb ou doe os materiais em qualquer uma das 17 Estações do Metrô. Participe desta campanha, com este pequeno gesto você estará incentivando jovens e crianças a permanecerem na escola.

Trensurb reforça segurança para os jogos de sábado

A Trensurb reforça sua segurança e contará com a parceria da BM, neste sábado (15), visando evitar distúrbios dentro do metrô devido ao jogo do **Grêmio x Caxias**, às 11 horas, no Olímpico, e do **Inter x Juventude**, às 16 horas, no Beira Rio. No total, serão 35 Seguranças, além de Supervisores e viaturas próprias da Trensurb, mais o apoio da BM, que estará revistando os torcedores na entrada das Estações. A partir das 9 horas os torcedores do Grêmio serão acompanhados durante a viagem e partir das 11 horas, a ida dos torcedores do Inter ao Estádio e a volta dos gremistas do jogo. A partir das 20 horas, serão acompanhados dentro do Sistema Metroviário o retorno dos torcedores do Internacional.

Trensurb implementa Secretaria da JICA

Foi implementada nesta semana a Secretaria da JICA sob a Coordenação-Geral de Carlos Rezende. A Trensurb sedia o **IV Curso Internacional de Treinamento em Sistemas de Trens Urbanos** que acontecerá na sede da Empresa de 22 de abril a 23 de maio deste ano. A empresa sediou os três primeiros cursos que são dirigidos para técnicos latino-americanos e africanos de língua portuguesa. Para este ano, já se inscreveram 23 estrangeiros (México, Cuba, Colômbia, Argentina, Equador, Angola, Moçambique, El Salvador, Uruguai e Costa Rica) e dois brasileiros. O curso é patrocinado pela JICA (70%) e pela Trensurb (30%) e oferece neste ano 15 vagas, 12 para estrangeiros e três para brasileiros. A seleção é feita conforme o currículo e origem dos técnicos. As aulas são ministradas por técnicos da Trensurb e especialistas estrangeiros e brasileiros convidados.

A JICA fornece treinamento através de cooperações técnicas para profissionais de todo o mundo em diversas áreas, entre elas, o de transportes sobre trilhos. A Trensurb foi escolhida pela JICA para sediar o curso por sua reconhecida competência técnica na operação de um sistema metroferroviário.

ALMOÇO FESTIVO DOS 18 ANOS DA TRENSURB



Nesta quinta-feira (13), no refeitório da empresa, acontece o almoço de confraternização dos **18 Anos de Operação da Trensurb**. No local será servido um bolo e haverá um show de MPB com a cantora Silvana Prunes. Agradecemos ao apoio da Sapore, da Ativa e da Atuação que ajudaram na realização da nossa festa.

TRENSURB **MINISTÉRIO DAS CIDADES** **GOVERNO FEDERAL**

INFORMATIVO

TRENSURB

310

INFORMATIVO SEMANAL DA EMPRESA DE TRENS URBANOS DE PORTO ALEGRE S.A. - De 12 a 18 de setembro de 2003

Operação Expointer foi um sucesso



Todos os metroviários que se envolveram na **Operação Expointer** estão de parabéns. Graças ao seu empenho e organização, a Trensurb prestou um serviço com qualidade aos 1.315.342 usuários que utilizaram os serviços da Empresa na semana passada. Este número foi 15,15% superior ao número de passageiros transportados em 2002. Além disto, vale lembrar que foi batido o recorde de usuários transportados num único dia: 183.303 passageiros na terça, 02.

Além do efetivo normal, houve um reforço de 472 metroviários ao longo da semana da Feira. Estiveram diretamente envolvidos nas atividades a GECON, GEUSU, SEEST, SEGUR, GETRA, SETRA, SECOS, SEREL, SEMOB, SESIN E SEMEL.



Expointer 2003: Trensurb transportou 173.030 usuários a mais do que no ano passado.

Reconhecimento público

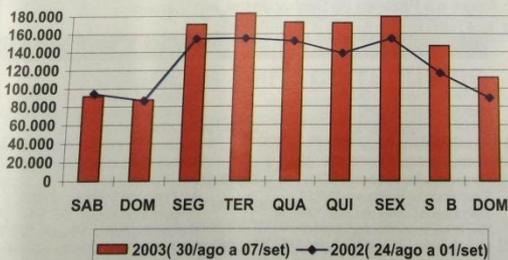
"A Trensurb mostrou organização na condução de milhares de passageiros no acesso à Expointer. A ação contou com seguranças em todos os trens, orientação pelo sistema de som nas estações e cordão de isolamento no desembarque em Esteio."

Esta nota, publicada no *Jornal VS* (São Leopoldo) no dia 08, é o reconhecimento da eficiência do serviço prestado e é motivo de orgulho para todos que trabalham nesta Empresa.

Atendimento ao Usuário

A média de atendimentos diários na Sala de Atendimento ao Usuário na Estação Esteio, coordenada pelo SEREL, foi de 35 e no Teleusuário 25, totalizando, nesses 9 dias de Expointer, 315 atendimentos na Sala de Esteio e 225 no Teleusuário.

PASSAGEIROS TRANSPORTADOS - EXPOINTER



Veja o
Balanco
Social
2002
em
nosso
site

www.trensurb.gov.br

INFORMATIVO Trensurb EDITORIAL

INFORMATIVO Trensurb: novo visual, novo conceito

Estamos embarcando em uma nova etapa na Comunicação Interna da Trensurb. A partir desta semana, nosso informativo passa a ser impresso em gráfica, com quatro páginas e cores na capa e contracapa. Além da mudança no visual, este material torna-se uma importante ferramenta para contribuir com a qualificação da gestão, um dos cinco Eixos Estratégicos propostos pela Direção.

A equipe do Setor de Comunicação Social - SECOS - vem trabalhando neste projeto há alguns meses: na elaboração do Projeto Básico, no acompanhamento do pregão, nos debates sobre sua formatação e conteúdo. A proposta inicial prevê algumas colunas fixas (Editorial, Aniversários, Perfil Nosso), além dos temas cotidianos de interesse de todos que trabalham na Trensurb.

Mas o principal desafio, a partir de agora, é tornar nosso informativo um espaço que, além de anunciar os atos oficiais da Empresa, estimule a participação dos metrôvários na sua elaboração, através de debates, sugestões e críticas. Enfim, que se torne um canal efetivo de comunicação entre nós, trabalhadores do Metrô.

O pessoal do SECOS sabe que a tarefa de produzir semanalmente um informativo com qualidade e conteúdo atrativo está recém começando. E para cumprir tal objetivo, a contribuição de todos será imprescindível. Envie sua sugestão de matéria para o e-mail trensurb@trensurb.com.br, ou ligue para os ramais 5113, 5119 e 5160. Estamos aguardando.

FOME ZERO - FRIO ZERO Trensurb bate recorde em arrecadação



Carlos (Sere) recebe doação de alimentos na Vila Teodora

A Trensurb realizou o balanço da Campanha do Agasalho 2003, no dia 10, à tarde, no Auditório. Na ocasião participaram representantes das entidades beneficiadas. A campanha foi organizada pelo SEREL e iniciou em abril, arrecadando 14 toneladas de agasalhos, quase triplicando a arrecadação de 2002 (de 5,6 toneladas). Foram distribuídos doativos para 24 entidades carentes dos municípios do entorno do trem: Porto Alegre, Canoas, Esteio, Sapucaia e São Leopoldo. As empresas Vicsa, CIC - Informática e Idiomas, a TGD Cinema e Vídeo e a Komak Produções Fotográficas LTDA apoiaram a Campanha com doativos.

Neste mesmo dia, o SEREL repassou 1596 uniformes usados da Trensurb para os hospitais Sociedade de Apoio ao Doente Mental (SADOM), Hospital Colônia Itaquá e Sanatório Partenon, em Porto Alegre e a Fazenda do Senhor Jesus, em Viamão.

ANIVERSÁRIOS DA SEMANA

- Dia 12 - João Traian Dionizchi - SEMLE, Nadi Mártin - SEAPO
- Dia 13 - Anelio R. de Freitas - SEREL, Mário Antônio de Souza - SEEST, Victor Jorge Machado - SESET
- Dia 15 - Antonio Armando de Souza - SEEST, Flavio Rudimar Rodrigues - SEEST, João Alfredo Correa del León - SEGUR, Lino Roberto dos Santos - SEEST, Rosalene Botzen Streibel - SETRA
- Dia 16 - Alvarado Campos da Rocha - SEMAT
- Gilberto de Andrade Motta - SEMEL, Zeno Kindiewski Proszekzi - SEEST
- Dia 17 - Silvia Maria Carneiro - SEEST, Vladimir Luiz Braga Pichon - SETRA, Vladimir Pereira Mendonça - SEEST
- Dia 18 - Dibeou Callorli - SEBES, Jair Fernando Santarita - SEMEL, Joaquim de Fozes - SETRA, Marcos dos Santos Miranda - SETRA
- Dia 19 - Carlos Jóvelino de Almeida - SEMAT, Wilson R. Ackermann - SEEST



ESPORTES Inscrições abertas para região metropolitana

Devido a diversos pedidos de inscrições para a 1ª Copa de Futebol Comunitário Sub-16 La Salle Trensurb, por parte de jovens de outros municípios da Região Metropolitana, foram prorrogadas as inscrições, que são gratuitas, até o dia 22. A princípio, no dia 24, ocorrerá um Congresso Técnico, no La Salle, à noite (sem horário confirmado ainda) com a participação de todos os responsáveis pelas times. Junto a esta atividade inicia o Ciclo de Palestras para Gestores Sociais. O Torneio início permanecerá marcado para os dias 27 e 28 de setembro, no Parque Eduardo Gomes, em Canoas, sendo que os atletas dos 11 e 2º times colocados, receberão troféu e medalhas. Já para os vencedores da Copa, que prosseguir até o final de novembro e com premiação em dezembro, os 1º, 2º, 3º e 4º lugares receberão troféus e medalhas. O melhor goleador, o goleiro menos vazado, o atleta revelação e a equipe mais disciplinada também receberão troféus.

A competição esportiva faz parte do programa de extensão esportiva Qualificação de Agentes Comunitários, desenvolvido pela Pró-reitoria Comunitária do Unilasalle. Escolas municipais, Prefeitura, clubes e a Liga Canoense de Futebol estão convidadas a participar. As palestras ocorrerão no Centro Universitário.

Da participação - A 1ª Copa Unilasalle Trensurb será realizada em categoria única, masculina, sendo que os participantes deverão ter entre 14 e 17 anos. **As inscrições** vão até o dia 22 de setembro, no Unilasalle/Pró-Reitoria Comunitária (av. Victor Barreto, 2298, prédio 2, sala 166, fone 478 8500, ramal 8640 ou no SEREL, ramal 5116.

TRAIN STOP Implantação está aprovada

A DIPOP informa que a implantação do TS (Train Stop) na Estação Mercado do trem planejada, funcionando desde o dia 28 de julho, demonstrou sua eficácia completa, resolvendo um histórico problema: a necessidade de paradas de trem ou redução de velocidade entre as Estações Rodoviária e Mercado. A medida trouxe maior conforto aos usuários, tornando a viagem mais rápida e abrindo a possibilidade de redução do headway (o tempo de intervalo da passagem entre um trem e outro), pelo ganho de tempo que se obtém. O Train Stop, é um dispositivo que foi colocado na plataforma da Estação Mercado, o qual permite que o trem chegue até a mesma a 30 km/h, pois agora tem um sinal vermelho avisando quando há trem no terminal.

BANCO DO BRASIL Mudanças para correntistas

A partir de setembro, os correntistas do Banco do Brasil podem optar a data de débito de juros da Conta Especial. A alteração pode ser feita através dos terminais de auto-atendimento e pela Internet. Esta é uma demanda antiga da Trensurb, que foi atendida pelo Banco do Brasil e está sendo aplicada em todo o país. Nos terminais de auto-atendimento o cliente pode solicitar a alteração através da transação OUTRAS OPÇÕES- 32 e na Internet BB através da transação OUTRAS OPÇÕES- DATA DE DÉBITO DE JUROS DA CONTA ESPECIAL.

Posto-a-Posto

A integração modal e a eficiência do transporte público foi o tema da terceira reunião de trabalho da Subcomissão Mista - Sistema de Trânsito Urbano da Assembleia Legislativa do Estado realizada na segunda-feira, 08, que debateu a aprovação da Trensurb. O consultor Arlindo Fernandes, representante da Oficina (empresa contratada pela Prefeitura de Porto Alegre para analisar a proposta da Linha 2), afirmou que formular um convênio entre as esferas municipais, estadual e federal é condição primeira para que se possa implantar uma rede de transporte público eficiente.

Fontes de Financiamento foi a palestra do economista Paulo de Carvalho, representante do Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID no mesmo encontro. Além de apresentar a estrutura do órgão, Carvalho explicou os caminhos a serem percorridos para que o BID autorize a liberação de recursos para projetos de transporte público. Recentemente, o BID aprovou recursos para a construção de Linha 5 do Metrô de São Paulo.

A Arquitetura do Metrô de Porto Alegre é o título da exposição que permanecerá no Salão de Entrada da Assembleia Legislativa de 06 a 17 de outubro. Compõem a exposição trabalhos de acadêmicos da Faculdade de Arquitetura da UFRGS da disciplina de Projeto V que desenvolveram projetos para as futuras estações da Linha 2. A atividade faz parte de convênio técnico que a Trensurb tem com UFRGS. Além das perspectivas maquetes e desenhos dos alunos a Trensurb disponibilizará aos visitantes a maquete eletrônica do seu virtual pela Linha 2).

Informativo TRENSURB - de 12 a 18 de setembro de 2003

SEGURANÇA

Identificado acusado de assalto à Estação Petrobrás

Em cumprimento de mandado de busca e apreensão em uma residência na Rua Zumbi, no Bairro Mathias Velho, agentes da 1ª Delegacia identificaram um dos supostos envolvidos no assalto à estação Petrobrás da TRENSURB, ocorrido dia 11 de agosto. Segundo a polícia, Airton José de Ramos, 23, informou em depoimento na tarde de ontem (08) ter sido convidado a participar do roubo. "Ele apontou outros dois jovens que não foram reconhecidos por vítimas", explicou o inspetor Tabajara Farias Maciel. O suspeito disse aos agentes que não quis participar do ataque, mas foi apontado por vítimas como um dos suspeitos. Conforme Maciel, no final da tarde, foi constatado que o jovem havia trocado um dos sobrenomes pelo fato de estar foragido da Colônia Penal de Charqueadas há cerca de três anos. De acordo com o policial, ele responderá inquérito por assalto e falsidade ideológica e será encaminhado ao Presídio Central.

Matéria veiculada no Diário de Canoas, 08/09/03.

Parabéns metroviários - Graças ao Circuito Fechado de TV, que está implantado em todas as estações, e a colaboração dos funcionários, principalmente da SEGUR e SEEST, os envolvidos neste assalto foram identificados e possivelmente serão presos. A contribuição de todos foi fundamental para o desfecho do caso. Parabéns a todos.

PESQUISA AMANHÃ

Trensurb no ranking das 100 maiores empresas do RS

Em 2002, a TRENSURB ficou em 47º no ranking das 100 Maiores Empresas do RS e em 102º, entre as 500 Maiores da Região Sul. Em 2001, a Trensurb figurava em 45º entre as 100 e em 94º entre as 500. A Empresa recebeu a certificação, no dia 03, na FIERGS. O ranking GRANDES & LÍDERES 2003 é promovido pela Revista AMANHÃ e a Pricewaterhouse Coopers. GRANDES&LÍDERES é um ranking que obedece critérios técnicos de análise de balanços contábeis das empresas. Em primeiro, desde 2001 entre as 500 Maiores do Sul, está a gaúcha Petróleo Ipiranga.



INFORMATIVO TRENSURB

Publicação da Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre S.A.

- Gerente de Comunicação Integrada: Nazur Telles Garcia (Reg.7758)
- Coordenação de Comunicação Social: Maria Christina Lopes Pinto
- Jornalista Resp.: Adriana Rodrigues (Reg 8457) • Redação: Adriana Rodrigues, Amanda Schenkel, Ana Paula Maciel, Cristiano Estrela e Rafaela Vaz
- Projeto Gráfico: Juan Oliveras e Ana Paula Maciel • Diagramação: Ana Paula Maciel
- Fotos: Cristiano Estrela • Apoio: Claiton Larcen







Rafaela Vaz

Perfil/ Nosso



O café nosso de cada dia

Você conhece a funcionária Altanira Marques dos Santos? Não? É a Tita, ela certamente você conhece. Tita trabalha na Trensurb há 23 anos e ingressou na empresa no dia 09 de julho de 1980. Desde o início, ela trabalha preparando o café. Nasceu no município de São Borja e mora há 30 anos em Viamão. Tem 59 anos e uma filha de 27, chamada Janaina. O apelido vem da infância e foi dado por um parente, "faz tanto tempo que me chamam assim que nem me lembro mais como surgiu", afirma Dona Tita.

Segundo Tita, a melhor coisa no seu trabalho é a tranquilidade que o local proporciona. "Ninguém me incomoda, não fico estressada", revela. Nesses 23 anos de casa, Tita tem muita história para contar. Uma que ela destaca foi a época, na qual o Setor de Pessoal (SEPEs) ficava no 6º andar. Ela recorda que cada vez que chegava no lugar, para servir o café era uma gritaria, "as pessoas ficavam loucas". "Outra vez passei de propósito no setor sem a bandeja com o café, lembro que ninguém levantou a cabeça para ver quem estava passando", recorda.

Tita também tem seus sonhos, entre eles, a compra de um carro e fazer uma viagem aos Estados Unidos para visitar sua comadre. Nos momentos de lazer, ela gosta de frequentar os bailes em Viamão e visitar sua filha que mora em Capão da Porteira.



Tudo Muda

Em sua quarta mudança, em 20 anos de existência, o nosso informativo, no seu número 400, vem com alterações na sua apresentação gráfica e no seu conteúdo. O objetivo principal é melhorar a comunicação e a divulgação das realizações da empresa com maior transparência, buscando sempre a valorização das pessoas e aprofundando a relação com a comunidade.

As mudanças começam pela troca do nome para Notícias Trensurb. Uma vez por mês, ou sempre que haja oportunidade ou necessidade, estaremos apresentando um Enquete Especial com matéria destacando um setor, serviço ou atividade da empresa. Para começar, mostramos o funcionamento da Impeza - leve e profunda - da Trensurb, importante na relação diária com os nossos usuários.

A diagramação, dentro do que é possível num informativo deste porte, recebe igualmente transformações, buscando facilitar a leitura. As principais matérias de cada edição serão apresentadas em tamanho de letra diferenciado (corpo maior). Nos perfis da última página, procuraremos sempre apresentar funcionários vinculados à área referida no seu texto de abertura ou com ligação com a matéria principal da edição. Passaremos a divulgar, a partir desta edição, informações de outros metrô do Brasil e do mundo - curiosas ou importantes para o trabalho na empresa.

Na matéria ao lado, apresentamos um histórico do nosso informativo, que já passou por vários editores e três nomes. Sugestões de pautas, de perfis e de matérias especiais que contribuam para fazer com que o trabalho do Setor de Comunicação Social (Secos) ajude cada vez mais no entrosamento entre os mais diversos setores e pessoas da empresa, continuando a ser bem recebidas.

NOTÍCIAS Trensurb dia 30 a 11 de novembro de 2005.

Agora é Notícias Trensurb

Há 20 anos, mais precisamente no dia 20 de setembro de 1985, era lançada a primeira edição do boletim informativo interno da Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre S.A. Com periodicidade semanal, feito em papel simples, pouco menor que um tamanho A4 dobrado ao meio, conteúdo charges, pequenas matérias e reproduzido em xerox, a "Resenha Trensurb" nasceu para ser o meio de divulgação dos serviços do metrô, do pensamento administrativo, dos principais fatos na área ferroviária e, principalmente, da competência e empenho dos funcionários na execução de suas atribuições.

Assim como o metrô, que ao longo do tempo vem expandindo e modernizando os serviços, a Comunicação Social, no ano de 1987, lançou um concurso interno para nomear a Resenha. Os funcionários poderiam indicar três nomes. O vencedor foi "Metrô Sul", indicado pelo funcionário Elson Luiz Linck Rocha, que atualmente trabalha na Central de Atendimento ao Usuário. O "Metrô Sul" foi considerado uma revolução na época. Em julho de 1987 saiu a primeira edição com formato de jornal tabloide, logotipo, maior número de matérias, fotos e uma seção especial para colher a opinião do leitor e outra para divulgar os aniversariantes do mês.

O "Metrô Sul" foi extinto em 1993 para dar lugar ao "Informativo Trensurb", com diminuição no número de matérias, folha simples e o uso do xerox para a reprodução. O "Informativo Trensurb" teve a primeira edição veiculada no dia 27 de maio de 1993 e circulou até a edição de número 309 em dezembro de 2001, quando surgiu a proposta de um novo formato. Através de um trabalho de planejamento e padronização gráfica, feito no Setor de Comunicação Social (Secos), novas regras de diagramação foram implantadas na edição 310, além da utilização de um papel de melhor qualidade e com impressão colorida.

Agora, a partir deste número 400, o informativo recebe vida nova. Com o nome Notícias Trensurb, apresenta diversas novidades, inclusive na diagramação.



Informativo circulou em todas as estações, para todos os metrôusuarios.

Guia de Integrações é lançado na feira

A Trensurb lança o Guia de Integrações de Porto Alegre, durante a 51ª edição da Feira do Livro. Antes foram distribuídos os de São Leopoldo, Esteio e Sapucaia e Canoas/ Nova Santa Rita, respectivamente. A distribuição está sendo feita no estande biblioteca do Patrocinador, na área de Informações Úteis da Feira. Joyce Favila, da Trensurb, é a coordenadora adjunta do estande.

EXPEDIENTE

• Diretor-Presidente: Marco Antônio Pires da Cunha • Diretor de Administração e Finanças: Paulo Roberto Carlos Trindade • Diretor de Operações: Luis Carlos De Cássio • Superintendente de Desenvolvimento e Expansão: Humberto Raposo • Gerente de Comunicação Integrada: Nazari Teles Garcia (Reg. 7759) • Chefe de Comunicação Social: Maria Cristina Lopes Fries • Jornalista Responsável: Antonio Manoel de Oliveira (Reg. 3403) • Apoio: Helena Roberto (Reg. 3577) • Publicitário: Juarez Oliveira (Reg. 2048) • Estataleiros: Cyriara Baum (geralmente), Daniel Fortes (geralmente), Denis Viegas (Propaganda), Camila Kall (Rel. Pública), Liziane Cordaro (Fotografia), Helio Santos e Renan Souza (Estron. Mídia) • Diagramação: Denis Viegas • Fotos: Daniel Fortes • Av. Ernesto Neugebauer, 1985 - Porto Alegre - RS - Brasil - Cap.: 90250-140 - Tel.: 2129 8113 - e-mail: trensub@trensub.gov.br - www.trensub.gov.br

Canoas leva 55 alunos ao cinema em São Leopoldo

O Projeto Cinema na Trensurb teve sua sessão inaugural no dia 24 de outubro, às 19h, na Estação São Leopoldo. O primeiro grupo de alunos recebeu foi da Escola Municipal de Ensino Fundamental Professor Doutor Rui Cirne Lima. Gestora: A empresa de transportes Vozes levou os alunos até a Estação Canoas e São. De lá, eles seguiram de trem até a estação São Leopoldo. Fizeram uma visita ao Museu do Trem, às 14h, e depois um lanche patrocinado pela Escola e pela Elma Chips, antes de assistirem à apresentação do filme "Tiana II - a aventura continua". A professora Rodrigues, da 3ª série, uma das que acompanham as charges, aprovou a iniciativa da Trensurb e diz que "é muito importante para o desenvolvimento cultural dos alunos". A visita ao museu foi uma descoberta. Alguns meninos e meninas ficaram espantados e curiosos com os objetos antigos. Depois, eles foram para a sessão de cinema e saíram animados do passeio. O aluno Douglas, 13 anos, da 3ª série, adorou o filme: "Achei muito bom". Ao todo, foram três turmas, com o total de 55 alunos da 3ª e 4ª séries, acompanhados de três professoras da escola. Todas as segundas-feiras, até às 12 de dezembro, cerca de 60 crianças, alunas do ensino público, serão recebidas com apoio do Setor de Reserções Comunitárias da Trensurb para as sessões do Cinema na Trensurb na Estação São Leopoldo.

Linha 2 está no Shopping Total

A proposta Arquitetura do Metrô de Porto Alegre está instalada no Shopping Total (antiga fábrica da Brahma), e poderá ser visitada até o dia 7 de novembro, das 10h às 22h. Os exercícios tiveram como propósito, a partir de situações reais, a elaboração de estudos acadêmicos de arquitetura, para as estações do futuro Metrô de Porto Alegre - Linha 2 - e faz parte de um convênio entre a Trensurb e a Ufrgs. São 20 trabalhos, entre plantas e maquetes, desenvolvidos pelos alunos da disciplina de Projeto Arquitetônico Y da Faculdade de Arquitetura, relativos aos anos 2004 e 2005.



Visite trabalhos, convênios e exposições.

Vigilância com cães

Em março deste ano, sete estações da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos passaram a contar com a proteção extra de dois cães da raça rottweiler para cuidar a entrada clandestina nos trens e roubo às bilheterias nas estações. Seis meses após a implementação, a experiência com os animais reflete significativamente no crescimento do número de usuários pagantes. Na Estação Ascará, a média diária de usuários subiu 52%; na Vila Clara, 48%; nas estações Água Branca e Piqueri aumentou 28%; em Engenheiros Carbonos, 46%; e em General Miguel Costa, o acréscimo foi de 30%. Os cães estão presentes nas estações das 3H45min às 9h. Em algumas unidades, nas quais o embarque no pico da tarde é intenso, eles trabalham das 5h às 9h e das 17h às 21h. A jornada canina ocorre, inclusive, nos finais de semana. Fonte: www.cptm.com.br - data 20/09/2005



Cem maiores

A Trensurb está classificada em 87º lugar entre as cem maiores empresas do Rio Grande do Sul de acordo com o ranking Grandes e Líderes 2005. Uma realização da revista Amanhã. O prêmio foi entregue em evento na sede da Fiegg, no dia 23 de agosto.



Porto Alegre sediou a XVII Jornada Sul-Rio-Grandense de Biblioteconomia e Documentação, de 26 a 28 de outubro, no auditório da Fepagro. O evento foi realizado pela ARB e o Conselho Regional de Biblioteconomia da 10ª Região. A Trensurb esteve representada no encontro por sua bibliotecária, Joyce Favila, que também fez parte do Conselho Fiscal da ARB. A empresa distribuiu material informativo.

UNIVERSITÁRIOS

03/11	Paulo César S. Assunção	Georgio
	Humberto Santos Jr. da Silva	Sérgio
	Ítalo Augusto R. de Moura	Samat
04/11	Em Carlos S. de Almeida	Geila
	Adir Sehned	Semão
07/11	Érico Pereira Goulart	Semin
	João A. da Silveira	Scott
	Antonio Duarte Pereira	Serati
	Eunice Pereira Berra	Samat
	Tereza de Jesus Silveira	Serati
	Wilkens K. Beyerhant	Serape
08/11	Adan Luiz M. Lucena	Serape
09/11	Plácido Antonio M. Formiga	Serata
	Sandra Maria Cluett	Serape
	Renato Pava Louren	Serape
10/11	David Borde	Georgio
	Roseli Oliveira da Silveira	Cassia
	Rafaela da Silva Oliveira	Serape
	Francis W. de Lima	Serati
	Carlos A. Batista dos Santos	Serape
	Júlio César Brinher	Serape
	Rodrigo Messias Ortiz	Serape
11/11	Georgio Luiz da Silva Goulart	Serati
	Cleomar Pereira Alves	Serape
	Josely de Azevedo e Souza	Serape
	Getúlio Fernandes Terra	Serape
	Luiz Carlos Oliveira	Serati

NOTÍCIAS Trensurb dia 30 a 11 de novembro de 2005.

NOTÍCIAS | TRENSURB de 3 a 11 de novembro de 2005.

TOP TÔ PINTANDO O ...

Promoção sorteia 15 desenhos

A Trensurb realizou o sorteio de premiação da promoção "Tô Pintando o Zurbinho", na tarde de 24 de outubro, na Estação Canoas/La Salle. Concorreram mais de 2.000 desenhos, coloridos por crianças de toda Grande Porto Alegre. Foram sorteados 15 trabalhos, dois para cada cidade por onde passa o metrô (Porto Alegre, Canoas, Esteio, Sapucaia e São Leopoldo), mais cinco para outras cidades e funcionários da Trensurb. Os sorteados vão receber um kit da Nutri e um kit Trensurb e um Título de Metroviário Mirim, e farão uma visita orientada às instalações da Trensurb. Participaram do sorteio funcionários da Trensurb e usuários que passavam pela estação. A entrega dos prêmios ocorreu no dia 28 de outubro, às 15h, na Estação Mercado.

A promoção foi uma iniciativa do Setor de Relações Comunitárias da Trensurb e teve vigência entre os dias 21 de setembro e 21 de outubro. Dentro deste período, crianças entre quatro e 12 anos de idade puderam colorir o desenho mascote da Trensurb (Zurbinho), feito pelo publicitário do Setor de Comunicação Social, Juan Oliveras. Durante um mês, as 17 estações do metrô distribuíram e receberam os formulários contendo o regulamento da promoção e o desenho para pintar.

Os sorteados pela promoção foram os seguintes: Porto Alegre - Oscar Fonseca, oito anos, e Alison Marques Ferreira, sete anos; Canoas - Rian Vargas, 12 anos, e Ana Laura, cinco anos; Sapucaia - Amanda Winkler, nove anos, e Luciana Rodrigues da Silva, oito anos; Esteio - Jenifer Brandão Victória, quatro anos e Juliana Nunes, nove anos; São Leopoldo - Ana Paula Silveira, oito anos, e Micael do Santos Mota, seis anos; Alvorada - Marcos Agostine, nove anos, e Rafael Agostine quatro anos; Viamão - Douglas Barbosa nove anos, Trensurb - Agata Lohana Laureano, oito anos, e Liane Carbonera, seis anos.



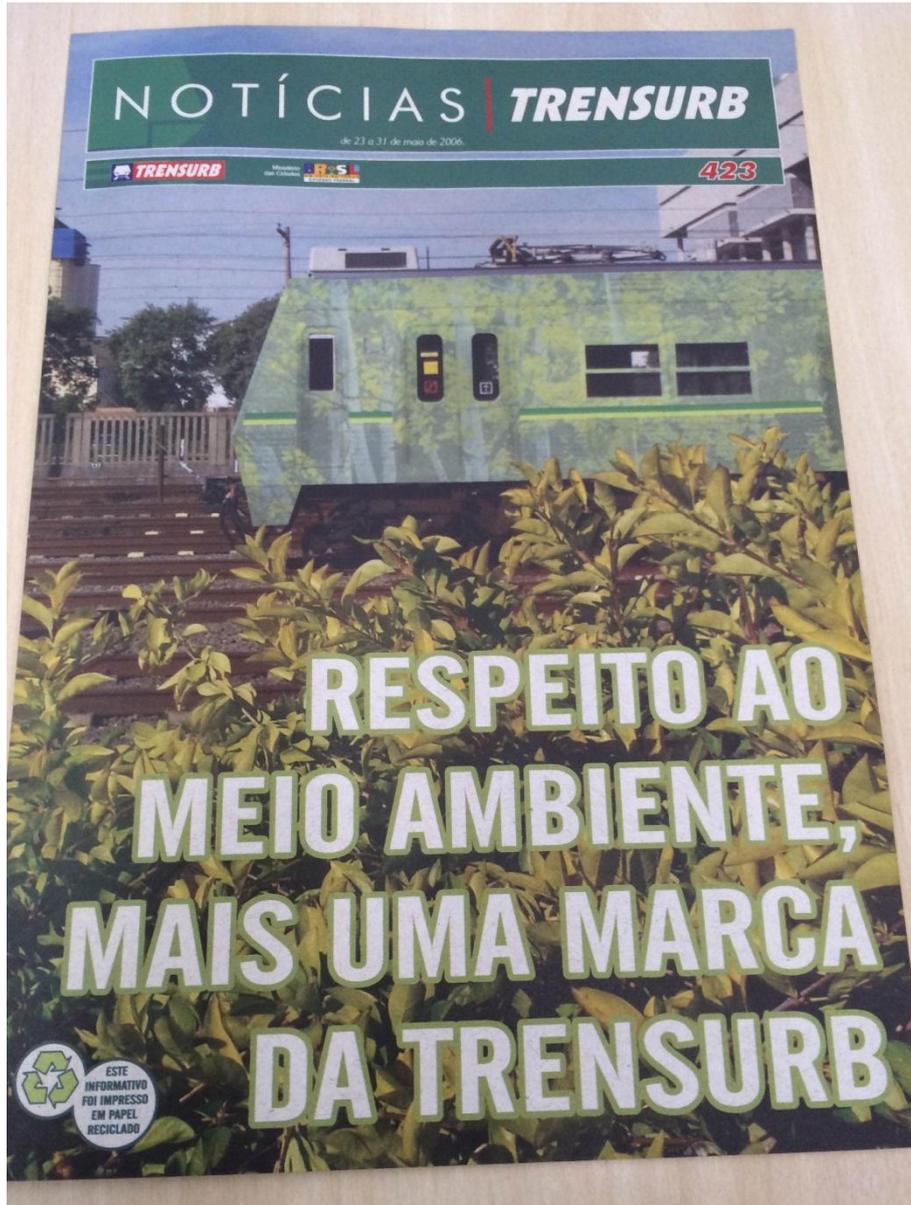
Prêmios foram entregues na Estação Mercado

Perfil | Nosso

1001 Utilidades

Apesar de pouco tempo de empresa, **Maria da Graça Abreu**, 39 anos, do Setor de Relações Comunitárias (Sere), já é um dos rostos mais conhecidos da Trensurb. Mais precisamente no dia 5 de abril deste ano, quando ingressou, Graça já foi colocando a mão na massa. No terceiro dia de trabalho, assumiu a coordenação do Programa Futuro Usuário. Logo foi deixando sua marca, quando começou a idealizar várias campanhas. A primeira de sua autoria foi a campanha "Eu amo a Trensurb", no mês dos namorados. Em seguida veio a "Amigo é Coisa Para se Guardar", em comemoração ao dia do amigo. Depois a "Não Basta ser Pai, tem que Mostrar", do dia dos pais. No mês de setembro, em comemoração a Semana Farroupilha, veio a do "Recanto Gaudério". Atualmente ela está trabalhando no Projeto "Cinema na Trensurb", que proporciona aos alunos da rede pública da Região Metropolitana de Porto Alegre, uma visita ao Museu do Trem, seguido de uma sessão de filme, na Estação São Leopoldo. E ela avisa que vem mais campanhas por aí: "Aguardem a Metrô Fashion Week, que será de 25 de novembro a 04 de dezembro, em São Leopoldo". Mas a grande invenção de Graça, como é mais conhecida, foi a promoção para o dia das crianças, "Tô Pintando o Zurbinho". A ideia surgiu quando colegas do setor estavam elaborando a cartilha do Futuro Usuário, que tinha o desenho do Zurbinho (criação do Publicitário Juan Oliveras), e em um momento de descontração, entre o pessoal com lápis de cor na mão, alguém disse: "Tô Pintando o Zurbinho". Na mesma hora elaboraram um projeto com as regras para a promoção, e colocaram em prática, no mês das crianças. A promoção foi um sucesso, pois foram recebidos mais de 2.000 desenhos.

Mas antes de ingressar na Trensurb, Graça já atuou em diversas áreas. Aos 13 anos, trabalhou em uma fábrica de confecção de bonecas. Também já foi vendedora do Carnê do Baú da Felicidade, auxiliar de serviços gerais, recreacionista, diarista, feirante, educadora popular e assessora parlamentar. Ela chegou a cursar a Faculdade de História, mas acabou trancando no meio do curso. Além disso, é artesã e faz alguns trabalhos em suas horas de folga (não são muitas). Também é secretária da Paróquia Nossa Senhora Aparecida. Separada há oito anos, é mãe de três filhos.



SEMANA DO MEIO AMBIENTE

Trensurb realiza palestra e duas exposições

A Trensurb marca este ano a passagem da Semana Mundial do Meio Ambiente, de 1º a 7 de junho, com uma palestra no dia 5, Dia Mundial do Meio Ambiente, para os funcionários, no auditório da empresa, às 15h, e duas exposições na Estação Aeroporto e no Restaurante da empresa. A palestra sobre meio ambiente, ecologia, plantas medicinais e hortas caseiras, será ministrada pela engenheira agrônoma Patrícia Garcia Vilar Torres. Na oportunidade, os funcionários presentes poderão aprender a fazer travessouros aromáticos e também receberão como brinde sementes para plantio. A exposição que aborda animais em extinção, com apoio da Fundação Zoológica e do Parque Zoológico, é um projeto desenvolvido de maio de 2004 a abril de 2005, divulgando a cada mês, uma das espécies da fauna nativa ameaçada. Estarão expostos banners dos seguintes animais: tamanduá-bandeira (janeiro), gavião-real (fevereiro), araponga (março), puma (abril), bugio-ruivo (maio), tucanuçu (junho), onça-pintada (julho), lontra (agosto), arita (setembro), urubu-rei (outubro), papagaio-charlão (novembro) e jaguatirica (dezembro). A exposição sobre flora nativa do Rio Grande do Sul é do professor de Biologia, disciplina de Botânica, da Ulbra e do Centro Universitário La Salle, Sérgio Bodignon, que vem realizando levantamento de paisagens de vários pontos do Estado desde 1992.

PROGRAMA

5 de Junho - no Auditório da empresa

15h - Palestra da professora e engenheira agrônoma Patrícia Garcia Vilar Torres. Tema - "Plantas Medicinais, Aromáticas & Condimentares". Patrícia é autora do livro "Plantas Medicinais, Aromáticas & Condimentares" e realiza cursos sobre o tema no Jardim Botânico de Porto Alegre.

1º a 7 de Junho - no Restaurante da empresa

Exposição sobre a "Fauna e Flora Nativa do Rio Grande do Sul".

1º a 18 de Junho - Estação Aeroporto

Exposição "A Hora do Bicho" - com 13 banners que mostram espécies nativas ameaçadas de extinção.

NOTÍCIAS | TREN SURB de 23 a 31 de maio de 2006.



Orgulho da raça

Uma pessoa de muitos amigos. Assim pode ser definido o perfil de Maria Rosa de Abreu, 44 anos, agente de estação da Trensurb. Rosa, como gosta de ser chamada, tem 21 anos de empresa e já passou por diversas estações, começando pela Niterói, a que gosta mais. Muito bem humorada e super alto astral, ela conta que isso se deve ao fato de que lá passou grande parte destes anos, onde fez muitos amigos. "É gostoso e gratificante levar uma amizade sempre comigo", comenta, salientando a importância dos verdadeiros amigos em sua vida. Rosa é graduada em Pedagogia - Educação Infantil e Séries Iniciais (Ulbra, 2004), com especialização em Educação e Cultura Afro-brasileira (Ufrgs, 2005) e em Educação Ambiental (Unisc, 2006). As relações entre amigos e o meio ambiente orientam as ações de Rosa no cotidiano. "O meio ambiente é como a amizade; tem que ser cultivado com amor e carinho", diz. Paralelo ao trabalho na estação, ela também pratica o voluntariado com grupos de crianças com necessidade especiais e idosos. Rosa também participa do Programa Estação Educar, da Trensurb, onde ministra oficinas de reciclagem, para os aprendizes. "Trabalhar no 'trem' é uma maravilha, pois a gente lida com todo tipo de pessoa e faz muitas amizades, o que compensa o estresse do dia-a-dia", comenta Rosa, demonstrando satisfação com o trabalho. Ela conta que é uma verdadeira cúmplice dos colegas e amigos de verdade, aqueles que fazem parte de sua vida. Um exemplo disso é a colega Morgane Steffens Pazzini, que tem um filho do qual ela é madrinha. Rosa acredita que, na vida, assim como no meio ambiente, "tudo que a gente planta, a gente colhe". E busca transmitir isto aos seus filhos, que diz ser os dois homens da sua vida: Jorge, 24, e Davi, 9 anos. "Sou muito dedicada às pessoas que amo. É importante que possamos ver sempre o lado bom das pessoas." Rosa adora viajar, ler, e tem orgulho da pessoa que é e, acima de tudo, da sua raça.

Perfil | Nosso

HOMENAGEM

Quatro mães ganham sorteio da promoção Mamãe! Agora é a sua vez!

A promoção "Mamãe! Agora é a sua vez!!!", organizada pelo Setor de Relações Comunitárias (Sere) para o público interno da Trensurb, contemplou com uma cesta recheada de diversos presentes as funcionárias, Maria Teresa Gonçalves Sechi (Setre), Marisa Granata Perez (Seope) e Mara Regina dos Santos Camargo (restaurante), foto e Eliani da Silva Medeiros (Gecop). O sorteio, realizado entre as várias funcionárias que mandaram fotografias para concorrer, aconteceu no dia 10 de maio e a entrega dos prêmios dia 12, no restaurante da empresa.



NOTÍCIAS | TRENSURB



481

De 16 a 30 de janeiro de 2008



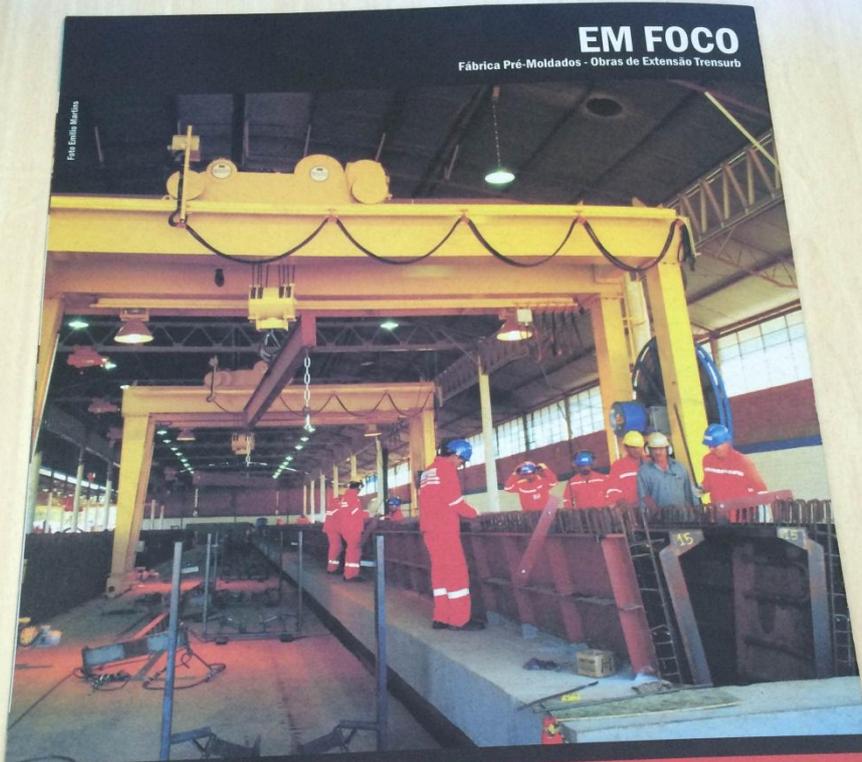
**TRENSURB
EXECUTA
99,99%
DOS RECURSOS
LIBERADOS
PARA
INVESTIMENTOS**

Anexo 7 – Edição 523



EM FOCO
Fábrica Pré-Moldados - Obras de Extensão Trensurb

Foto: Emílio Martins



TRENSURB Ministério das Cidades **BRASIL** UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

Expediente

* Diretor-Presidente: Marco Arildo Prates da Cunha * Diretor de Administração e Finanças: Ney Michelucci * Diretor de Operações: Paulo Renato da Rosa Amaral * Superintendente de Desenvolvimento e Expansão: Humberto Kasper * Superintendente de Desenvolvimento Comercial: Emani Fagundes * Gerente de Comunicação Social: Jânio Ayres (Jornalista Mtb 7760 * Chefe da Comunicação Social: Teresinha de Jesus Silveira * Equipe: Juan Oliveras (Publicitário Reg.2268), Heloisa Machado (Relações Públicas Reg. 2822) *Estagiários: Ana Paula Scheffer, Douglas Fernandes, Rodrigo Brandão (Jornalismo), Ana Carolina Fernandes, Emílio Martins, Helena Agra e Vital Lordelo (Publicidade e Propaganda), Mateus Allende dos Santos (Relações Públicas), Douglas Otto e Yulric Peck (Ensino Médio) *Diagramação: Emílio Martins

Leia mais sobre as matérias publicadas em: www.trensurb.gov.br/noticias e [twitter/trensurb](https://twitter.com/trensurb)
Av. Ernesto Neugebauer, 1985 - Porto Alegre - RS - Brasil - Cep: 90250-140 - Tel: (51) 3363 8113

Anexo 8 – Edição 638



Editorial

Pela primeira vez, Presidente da República visita estações de Trensurb em plena operação comercial

Na sexta-feira, 22, a Trensurb teve uma tarde histórica: pela primeira vez a empresa recebeu a visita da mais alta autoridade da República. Em 19h40min quando a presidente Dilma Rousseff embarcou na Estação Santo Afonso em direção à Estação Fenac. Diversas autoridades acompanharam a presidente, como os ministros das Cidades, Gilberto Dias e Miguel Rossetto, do Desenvolvimento Agrário, os prefeitos Jairo Jorge (de Canoas) e Luis Laumann (de Novo Hamburgo), e pela Trensurb, o diretor-presidente, Humberto Kasper e o diretor de Operações, Carlos Augusto Belli.

Ao descer na Estação Fenac, a presidente Dilma concedeu uma entrevista coletiva à imprensa, e elogiou a qualidade da obra de Expansão, "em muitos aspectos até melhor que estações de metrô em outras partes do mundo", disse. Destacou, também, os investimentos do governo federal em transporte público no país e no Rio Grande do Sul, e a integração via tecnologia aeromóvel, com o aeroporto internacional Salgado Filho, além de lembrar a aquisição de 15 novos trens para a Trensurb, "com ar condicionado".

Coincidentemente, no número anterior do Notícias Trensurb, propomos uma série de reportagens "Rumo aos 30 anos". É, nessa edição, já havíamos plaidado a importância dos projetos de Expansão - São Leopoldo a Novo Hamburgo e a Conexão com o Aeroporto Salgado Filho. Nada mais gratificante fazermos esse registro com a presença histórica da visita da presidente da República.

Rumo aos 30 anos

EXPANSÃO + TECNOLOGIA: TRENSURB SEGUE INOVANDO

Após a inclusão da obra de expansão São Leopoldo/Novo Hamburgo no Plano de Aceleração do Crescimento - PAC Mobilidade, a empresa teve recursos assegurados, permitindo um planejamento consistente das atividades. Com início de execução efetivo em fevereiro de 2009, a obra "se caracterizou por um ritmo notável, conforme destacado nos balanços periódicos das obras inscritas no PAC", afirma o diretor-presidente da Trensurb, Humberto Kasper.

A expansão da linha metropolitano-ferroviária operada pela Trensurb entre os municípios de São Leopoldo e Novo Hamburgo adicionou 9,3 quilômetros e cinco estações ao sistema - totalizando 43,4 quilômetros e 22 estações em seis municípios. O projeto consolida a linha da Trensurb como elemento estruturador do transporte no eixo norte da Região Metropolitana de Porto Alegre e completa o projeto original do sistema elaborado na década de 1970. O valor total do investimento foi de R\$ 943.152.326,91. O número de passageiros transportados nas novas estações até julho foi de 3.190.184 usuários.

Para execução da obra do metrô (via elevada e sistema viário), o Governo Federal também realizou importantes investimentos sociais, tendo já concretizado o reassentamento de 189 famílias, distribuídas em dois loteamentos: Brás III e Padre Orestes, ambos no município de São Leopoldo. Outras 540 famílias foram transferidas para o Loteamento Padre Orestes, por intermédio de Termo de Compromisso firmado com a Prefeitura de São Leopoldo. O total do investimento em reassentamento e moradias foi de R\$ 47,28 milhões.

O reassentamento contempla, além da construção das casas, saneamento básico, tratamento dos resíduos, sistema viário, iluminação e demais equipamentos públicos. Em infraestrutura e o novo sistema viário em São Leopoldo, o investimento foi de R\$ 30,65 milhões. Já em Novo Hamburgo, na canalização do Arroio Luiz Rau e infraestrutura, foram R\$ 83,90 milhões.

Número de usuários desde 1985

Número de estações em novos trechos - Janeiro a Julho 2014

Com a inauguração das novas estações a Linha 1, passa a conectar seis cidades da região, percorridos em aproximadamente 55 minutos. Um terminal multimodal junto à Estação Novo Hamburgo integrará trem, ônibus, táxi, carros e bicicletas a um conjunto comercial no Centro da Cidade. A área construída será de 41.030 m², distribuída em dois subsolos, estacionamento, primeiro e segundo pavimentos e cobertura.

Além das estações, a Expansão NH trouxe uma série de obras de reurbanização no entorno da linha. Foram executadas a canalização e construção de 10 pontes sobre o arroio Luiz Rau. As vias laterais foram pavimentadas e receberam calçadas novas. Serviços de drenagem pluvial também foram realizados. Foi construída uma ponte rodoviária sobre o Rio dos Sinos, criando mais uma ligação sobre o rio em São Leopoldo. A ampliação da Avenida Mauá também trouxe mais uma ligação sobre o rio em São Leopoldo. A ampliação da Avenida Mauá também trouxe mais uma ligação sobre o rio em São Leopoldo. A ampliação da Avenida Mauá também trouxe mais uma ligação sobre o rio em São Leopoldo. A ampliação da Avenida Mauá também trouxe mais uma ligação sobre o rio em São Leopoldo.

Rumo aos 30 anos

O novo trecho e o impacto socioambiental para os moradores da região

Para realizar a construção das cinco novas estações no trecho entre São Leopoldo e Novo Hamburgo, a Trensurb realizou, também, diversas obras nesses municípios que mudaram o cenário da região e, radicalmente, a vida de mais de 100 famílias. No trecho da expansão que Novo Hamburgo, estava previsto que o projeto passasse na área da Vila dos Toccos, em São Leopoldo. Cerca de 720 famílias que residiam no local foram reassentadas nos loteamentos Brás III e Padre Orestes, recebendo casas de 42 metros quadrados, com toda infraestrutura necessária para uma melhor qualidade de vida.

Para o coordenador de Relações Comunitárias e Reassentamentos das obras de expansão, Edson dos Santos, durante todo o processo os moradores participaram da discussão, "foi uma remoção cidadã, que deu agilidade e consistência democrática para o processo". Edson afirma que, nessa interação, foi fundamental entender os moradores e já haviam relações estabelecidas entre eles. Outro ponto importante foi a geração de renda, pois os moradores foram remunerados para realizar o transporte dos próprios pertences.

A Trensurb realizou todas as desapropriações necessárias com total transparência, método e personalidade, o que contribuiu para um índice de 90% de soluções amigáveis, num processo ágil, e com uma dotação orçamentária de R\$ 30 milhões.

Rumo aos 30 anos

Além da entrega de casas com 42 m², foi construída a nova sede da Associação Meninos e Meninas de Progresso (AMMP) no Loteamento Padre Orestes, em São Leopoldo, que atende mais de 300 crianças e adolescentes; a escola municipal Francisco Cândido Xavier, no mesmo local, com infraestrutura completa; quadra de esportes, auditório, biblioteca, sala de informática, salas de educação infantil e acessibilidade universal.

Em São Leopoldo o primeiro contato foi estabelecido com a comunidade da antiga Vila dos Toccos, ocupada por famílias em condições de vulnerabilidade social. Em meio à preocupação dos moradores, recorda o coordenador Paulo Roberto Thimoteo, o encontro foi encerrado com a promessa que "ninguém iria morar embaixo da ponte ou do elevador ferroviário" - o que, hoje, é realidade.

A fim de abrir caminho para as obras, a Coordenação de Desapropriações encarregou-se das áreas particulares e a Coordenação de Reassentamentos, das áreas com ocupações irregulares. Na região do Rio dos Sinos até a Estação dos Sinos, o lado oeste da futura linha exigia basicamente desapropriações e o lado leste, principalmente reassentamentos. Ao final do processo, foram 63 desapropriações no município.

O mesmo método de trabalho foi adotado em Novo Hamburgo - 43 ao todo - porém com atenção às características dos imóveis, antes residenciais e agora predominantemente comerciais, e ao nível socioeconômico da população atendida. Foram tomados os cuidados para que as intervenções não gerassem prejuízo ou transtorno às atividades econômicas. Foi dado prioridade aos imóveis para a construção do elevado e das estações em tegula, para propriedades que influenciaram na implantação do novo sistema viário: por fim, a imóveis destinados a equipamentos urbanos e aproveitamento comercial da Trensurb.

O coordenador geral da obra, Lino Fantuzzi - que esteve presente em todas as fases de implantação do metrô desde a primeira delas, entre Porto Alegre e Sapucaia do Sul -, avalia que a ampliação a Novo Hamburgo foi um sucesso. "É gratificante fazer parte da concretização desta etapa na história da Trensurb. É mais uma meta sendo materializada com ótimas condições de trabalho e excelente aprendizagem para mim, além, é claro, da realização pessoal pelo esforço e dedicação em todos esses anos de trabalho", declara. Enfim, o resultado extenso da chamada Expansão NH teve a participação de diversas áreas da empresa, seria impossível nomear todos aqueles que deixaram sua marca e dedicação nestes quase cinco anos de trabalho. Por isso, parabéns a todos os empregados que construíram mais um capítulo da história da empresa, e principalmente, para a sociedade.

Além das estações, a Expansão NH trouxe uma série de obras de reurbanização no entorno da linha. Foram executadas a canalização, drenagem pluvial e a construção de 10 pontes sobre o arroio Luiz Rau. As vias laterais foram pavimentadas e receberam calçadas novas. Uma ponte rodoviária sobre o Rio dos Sinos, trouxe uma nova ligação entre os dois municípios.

do processo, foram 63 desapropriações no município.

O mesmo método de trabalho foi adotado em Novo Hamburgo - 43 ao todo - porém com atenção às características dos imóveis, antes residenciais e agora predominantemente comerciais, e ao nível socioeconômico da população atendida. Foram tomados os cuidados para que as intervenções não gerassem prejuízo ou transtorno às atividades econômicas. Foi dado prioridade aos imóveis para a construção do elevado e das estações em tegula, para propriedades que influenciaram na implantação do novo sistema viário: por fim, a imóveis destinados a equipamentos urbanos e aproveitamento comercial da Trensurb.

O coordenador geral da obra, Lino Fantuzzi - que esteve presente em todas as fases de implantação do metrô desde a primeira delas, entre Porto Alegre e Sapucaia do Sul -, avalia que a ampliação a Novo Hamburgo foi um sucesso. "É gratificante fazer parte da concretização desta etapa na história da Trensurb. É mais uma meta sendo materializada com ótimas condições de trabalho e excelente aprendizagem para mim, além, é claro, da realização pessoal pelo esforço e dedicação em todos esses anos de trabalho", declara. Enfim, o resultado extenso da chamada Expansão NH teve a participação de diversas áreas da empresa, seria impossível nomear todos aqueles que deixaram sua marca e dedicação nestes quase cinco anos de trabalho. Por isso, parabéns a todos os empregados que construíram mais um capítulo da história da empresa, e principalmente, para a sociedade.

Quadro de resumo de investimentos:

Expansão São Leopoldo - Novo Hamburgo	
Obras Cíveis e Sistemas operacionais	883.461.523,02
Reassento e Moradias (729 famílias beneficiadas)	47.277.156,57
Desapropriações	30.269.000,00
Infraestrutura e novo sistema viário em São Leopoldo	30.655.643,98
Infraestrutura e canalização do Arroio Luiz Rau	83.907.463,54
Investimento Total	1.075.564.787,11

Notícias Trensurb 838 | Setembro 2014

Rumo aos 30 anos

Aeromóvel completa um ano de operação com mais de 600 mil usuários transportados

Chovia muito no dia dez de agosto de 2013, mas o clima não impediu em nada que já muito cedo se formasse uma movimentação bastante intensa no Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre. Era a imprensa de todo o país, meteorologistas, engenheiros e autoridades nacionais que estavam mobilizadas, logo nas primeiras horas da manhã daquele sábado, para prestigiar o momento histórico: a inauguração do primeiro sistema aeromóvel com a projeção de operar comercialmente, um investimento do governo federal de R\$ 37,8 milhões.

Um ano após o evento, 598 mil usuários. Essa é a quantidade de pessoas transportadas pelo aeromóvel da Trensurb em apenas um ano, entre sua inauguração oficial – 10 de agosto de 2013 – e comercial, iniciada em 7 de maio 2014. Um valor que chega a 610 mil, se somados os transportes desde o começo de operação experimental do projeto, em 11 de agosto do ano passado. O sistema, com seus 810 metros de extensão, que liga o Aeroporto Internacional Salgado Filho à Estação Aeroporto do metrô gaúcho, realizou 41.378 viagens e recebeu 226.306 usuários a partir da estação localizada no Aeroporto Salgado Filho.

Atualmente, dois veículos compõe a frota do sistema em via elevada, o A100 – com capacidade para até 150 pessoas – e o articulado Azoo, que chegou em Porto Alegre em 14 de outubro de 2013 e possui capacidade de transportar até 300 pessoas.

Desde a medição do custo energético do empreendimento, o índice de custo de viagem por passageiro transportado apresenta indicadores de economia para a empresa. Em agosto de 2013, o custo por passageiro transportado era de R\$ 0,26, em setembro R\$ 0,25 e em outubro R\$ 0,23, por exemplo. Já em 2014, chegamos a

mes de julho com um valor de R\$ 0,16 por usuário transportado.

Um dos maiores testes da nova tecnologia foi durante o período da Copa do Mundo, quando o aeromóvel recebeu mais de 93 mil pessoas durante todo o período do evento, de 12 de junho a 13 de julho, através de 5534 viagens. A presidente Dilma Rousseff, em visita às obras de expansão das novas estações da Trensurb no dia 22 de agosto, destacou a importância do modal para a capital gaúcha e todo o país: "Esse veículo é sustentável, econômico e seguro. É uma inovação não apenas para Porto Alegre, mas esperamos poder implantar em outras cidades brasileiras", disse.

O superintendente de Expansão e Obras, Ernani Fagundes, destaca que no dia 25 de junho deste ano foi registrado "o recorde de passageiros que utilizaram o veículo em apenas um dia, foram 3.897 passageiros". Visando facilitar e qualificar este processo, a Trensurb decidiu implantar o Centro de Estudos de Aplicação da Tecnologia Aeromóvel (Cedaer), que terá como atribuição "desenvolver e consolidar o conhecimento operacional das tecnologias e sistemas aplicadas ao aeromóvel", afirma Fagundes.



5 • Notícias Trensurb 638 | Setembro 2014

Rumo aos 30 anos

Número de passageiros no aeromóvel



Novos trens representam viagens mais confortáveis aos usuários

Um marco importante da história da empresa. A afirmação do diretor-presidente, Humberto Kasper, resume a importância do investimento para a população usuária do metrô. "É a primeira aquisição de frota desde a inauguração da linha", lembrou, justamente quando a Trensurb concluiu seu projeto original, de oferecer um meio de transporte seguro, eficiente e limpo até o Centro de Novo Hamburgo. Segundo Kasper, os novos trens serão fundamentais para atender ao crescimento previsto da demanda e para proporcionar mais conforto aos usuários.

O custo de cada um dos 15 trens está orçado em R\$ 14,7 milhões. O valor global atualizado do empreendimento – conforme reajuste anual previsto em contrato – é de R\$ 255,8 milhões. O diretor de Administração e Finanças, Leonardo Hoff, destaca que um ato administrativo gerou um benefício econômico para a empresa e, por consequência, para a sociedade: "com o enquadramento do projeto ao Regime Especial de Incentivos para o Desenvolvimento da Infraestrutura (REIDI) há a consequente suspensão de recolhimento de PIS/PASEP e COFINS sobre o valor dos trens, excluindo-se os sobressaltes", haverá uma economia de R\$ 14,2 milhões, chegando-se ao valor total de R\$ 242,6 milhões". Como os sobressaltes têm custo de R\$ 22,1 milhões, isso quer dizer que o valor total das composições é de R\$ 220,5 milhões.

As novas composições, de quatro carros cada uma, terão gasto energético cerca de 30% inferior às atuais, sistema de ar condicionado automatizado, painéis com mapa dinâmico da linha, sistema de comunicação multimídia, iluminação interna com LED, sistemas de autodiagnóstico e monitoramento de falhas e possibilidade de acoplamento – tornando possível a operação de dois trens acoplados nos horários de pico, totalizando oito carros e dobrando a capacidade de transporte de cada viagem. Até o momento (agosto de 2014) já foram entregues cinco novos trens nos prazos estipulados em contrato.



Notícias Trensurb 638 | Setembro 2014 • 7

Ponto a Ponto

De 30 de Agosto a 7 de Setembro acontece a 37ª Exposição Internacional de Animais, Máquinas, Implementos e Produtos Agropecuários a Expansão. Como ocorre em todas as edições, a Trensurb parou a frota com um estande para prestação de informações sobre a empresa e, também, dando suporte na mobilidade do público: neste ano, serão realizadas 449 viagens nos dois finais de semana do evento, ou 149, 97 viagens a mais do que a grade normal de sábado e domingo. Nos dias de semana, a grade horária normal de serviços será mantida.



Desde 07/08, o elevador de acesso à plataforma da Estação Mathias Velloso passa por modernização que irá conferir mais suavidade nas paradas e paradas. Os trabalhos fazem parte de um projeto de atualização tecnológica e adequação de nove elevadores da Trensurb.



No dia 11/08 a diretoria da Trensurb recebeu 23 empregados que iniciaram a transferência de processo de trabalho e desenvolvimento profissional. Dos presentes, 20 iniciaram o treinamento para a ocupação de controlador de estações, e os outros três, o treinamento para tráfego e operação de trens.



Através da *Progressão Vertical*, em 11/08, 22 novos Controladores realizaram uma atividade de integração na Trensurb. No transcorrer do treinamento os empregados conheceram os principais setores da área Operacional.



Três Agentes Metenômios de Tráfego e Operação (já Transferência de Processo de Trabalho e Desenvolvimento Profissional) e três do Controle Operacional Geral (Progressão Vertical 2014), participaram do treinamento para *melhorar e conhecer a operação de trens e seus procedimentos*.



Em 12/08, a direção da Trensurb assinou uma renovação de contrato para a prestação de serviços da empresa *Primo Engenharia LTDA* na *Via Permanente do metrô*. O contrato terá duração de um ano, podendo ser renovado por até 60 meses, conforme determina a legislação.



No dia 12/08, foi realizado novo encontro para discutir o *Mapamento de Processos* da Trensurb. Esse trabalho tem como objetivo dar visão sistêmica envolvendo todas as áreas da empresa, buscando ao relacionar todos os processos, qualificar o contrato organizacional.

Notícias Trensurb 638 | Setembro 2014

Ponto a Ponto

Em 28/08, a Trensurb, através da empresa *Conectividade em Movimento*, apresentou o projeto de caráter experimental "Novos Conexões", que irá disponibilizar internet gratuita na Estação Mercado. O sistema deve operar a partir do dia 10 de setembro, durante um período inicial de 3 meses, mediante uma rede de Wi-Fi sem fio 802.11n e 4G (Wireless). Cada sessão de acesso terá duração de 12 minutos, até 700 pessoas poderão se conectar simultaneamente à tecnologia.



Nos dias 15 e 22/08, a gerência de Comunicação Integrada (Gecon) realizou um treinamento de *media training* para gestores, chefes e convidados dos setores de operação da Trensurb. O objetivo foi capacitar os para um melhor relacionamento com a imprensa.



No dia 13/08, os conselheiros Administrativo e Fiscal da Trensurb receberam o *Comitê Executivo do Banco do Brasil*, Fernando de Ruz, para uma palestra sobre *Crédito de Risco e Compliance*, que trata do "fazer cumprir" pagamentos, interesses e valores impostos às atividades da instituição".



No dia 20/08, também foi assinado o contrato com a empresa *Ogilvy & Mather* para a realização do novo concurso público da Trensurb. A publicação do Edital com todos as informações do Concurso vai ainda em setembro.



Em 27/08, 11 empregados do processo *Controladores de Estações, do Sango*, receberam um notebook cada um. A iniciativa visa fornecer ferramentas para que os metenômios possam gerir seus processos independentemente dos equipamentos já disponíveis nas estações.



No dia 01/09, foi realizada a apuração de votos da eleição da *Comissão Interna de Prevenção de Acidentes* (Cipa), que definiu os cinco metenômios que serão titulares, como representantes dos empregados na gestão 2014/2015. Foram eleitos cinco representantes, além dos cinco suplentes. Outros dez empregados (também cinco titulares e cinco suplentes) serão indicados pela diretoria da Trensurb para compor o grupo. A comissão eleitoral teve: Vânia Maracci (presidente), Aline Nunes, Marcel Schwanitz, Margara Rosa, Dolores Carpes, Nelson Daddó e Vanderlei Cruz.



Em 27/08, 11 empregados do processo *Controladores de Estações, do Sango*, receberam um notebook cada um. A iniciativa visa fornecer ferramentas para que os metenômios possam gerir seus processos independentemente dos equipamentos já disponíveis nas estações.

Notícias Trensurb 638 | Setembro 2014 • 9

Conexões Organizacionais



Em pé (da esquerda para a direita): Miguel Costódio, Carlos Alberto Pacheco, Augusto Wilrich, Patrícia Moreira, João Batista Teixeira, Sentados: Laerte Antônio Smaniotto, José Francisco dos Santos, Leonardo Ruff, Ricardo de Castro, Maria Helena Lima. Também fazem parte do setor: Paulo Roberto Scherer, Carolina Wawczniak, Bianca Passos e Alinez Fleck.

Construindo soluções

Unidade Organizacional? Setor de Projetos e Obras Cíveis (Sepro).

Quem faz? Com dez empregados e quatro estagiários, o setor conta com uma grande variedade de profissionais, sendo três engenheiros civis, dois técnicos em edificações, uma arquiteta, um técnico em eletrotécnica, um técnico em estradas e um técnico industrial. Os estagiários são das áreas de engenharia civil, arquitetura e engenharia elétrica.

O que faz? Elabora, aprova e acompanha a execução de projetos de obras civis, sendo responsável por atender as demandas de vários setores da empresa. Segundo o chefe da unidade, o engenheiro Carlos Alberto Pacheco, "a função do Sepro é elaborar soluções de engenharia civil para as demandas apresentadas". Entre os principais trabalhos em andamento estão as obras de modernização e acessibilidade nas estações Rodoviária, Farrapos e Esteio, o projeto de reforma das instalações de manutenção do pátio, instalação de placas roletadas nos aparelhos de mudança de via do trecho da expansão Novo Hamburgo e a atualização dos planos de prevenção e combate a incêndio de todas as edificações da empresa.

De acordo com o engenheiro Pacheco, "antes de qualquer obra iniciar, o Sepro faz uma série de estudos e projetos técnicos de viabilidade".

Dois obras já solicitadas, mas ainda em fase de estudo, são o projeto de reforço estrutural para a instalação de caixas eletrônicas nas estações e a cobertura da área de manutenção e estacionamento do aeromóvel, ao lado da Estação Aeroporto.

Como faz? Para as demandas vindas diretamente dos demais setores da Trensurb, é o chefe quem recebe as solicitações e repassa aos colegas para que sejam atendidas; elas são distribuídas conforme áreas de atuação dos empregados do setor. De acordo com a natureza das demandas, diversas ações podem ser tomadas, como: a avaliação e aprovação de projetos recebidos de outras empresas, a elaboração de projetos executivos, projetos básicos, orçamentos ou, ainda, o acompanhamento da execução de serviços de engenharia. Para essa última atividade o setor conta com dois técnicos também no turno da noite.

Há, ainda, casos em que a empresa disponibiliza recursos para algum fim específico, como é o caso das obras de acessibilidade nas estações Esteio, Farrapos e Rodoviária. Em uma situação como essa, é feita uma avaliação diferente, com o foco no destino dos recursos. "Junto com o Setor de Mobilidade (Semob), o Sepro fez o estudo para avaliar quais estações careciam de cuidados maiores com acessibilidade", diz Pacheco.

Onde fica? Localizado no quarto andar do prédio administrativo.

Perfil

O gaúcho da Trensurb

No dia três de novembro de 2003, Márcio de Silva de 31 anos ingressou na Trensurb. Começou trabalhando no Setor de Segurança (Segur) e a seguir foi para o Setor de Tráfego de Segurança (Sena). Atualmente ele está vinculado ao Centro de Estudos de Aplicação da Tecnologia Aeromóvel.

Sua rotina é cumprir seu turno de trabalho na empresa das 6h às 14h30min, numa escala de revezamento do turno manhã. Márcio estuda Comércio Exterior e pretende se formar em 2015. Durante a Copa, ele ajudou os turistas prestado informações quando necessário: "Descobri que o pessoal tinha mais vergonha de falar do que não saber a língua estrangeira, mas foi uma experiência muito boa", comenta.

Nascido em São Sebastião do Cai, reside há quase um ano em Canoas. É casado com Maria Elisa, tem um filho de seis anos - Rubens -, e uma entoadada de nove anos, Daniella. Márcio costuma sempre andar pichado, tem como hobby tocar violão, afirma gostar muito de tradicionalismo e se diz apaixonado por empreendedorismo.

Uma curiosidade que Márcio conta é que ele é neto de um ferroviário e morou durante três anos em um vagão anti-ferroviário e morou durante três anos em um vagão anti-ferroviário e morou durante três anos em um vagão anti-ferroviário. Márcio está há quatro anos no patroagem do DTG Trilhos da Tradição e esse ano deve se tornar o Patrão do Departamento.



Cultura

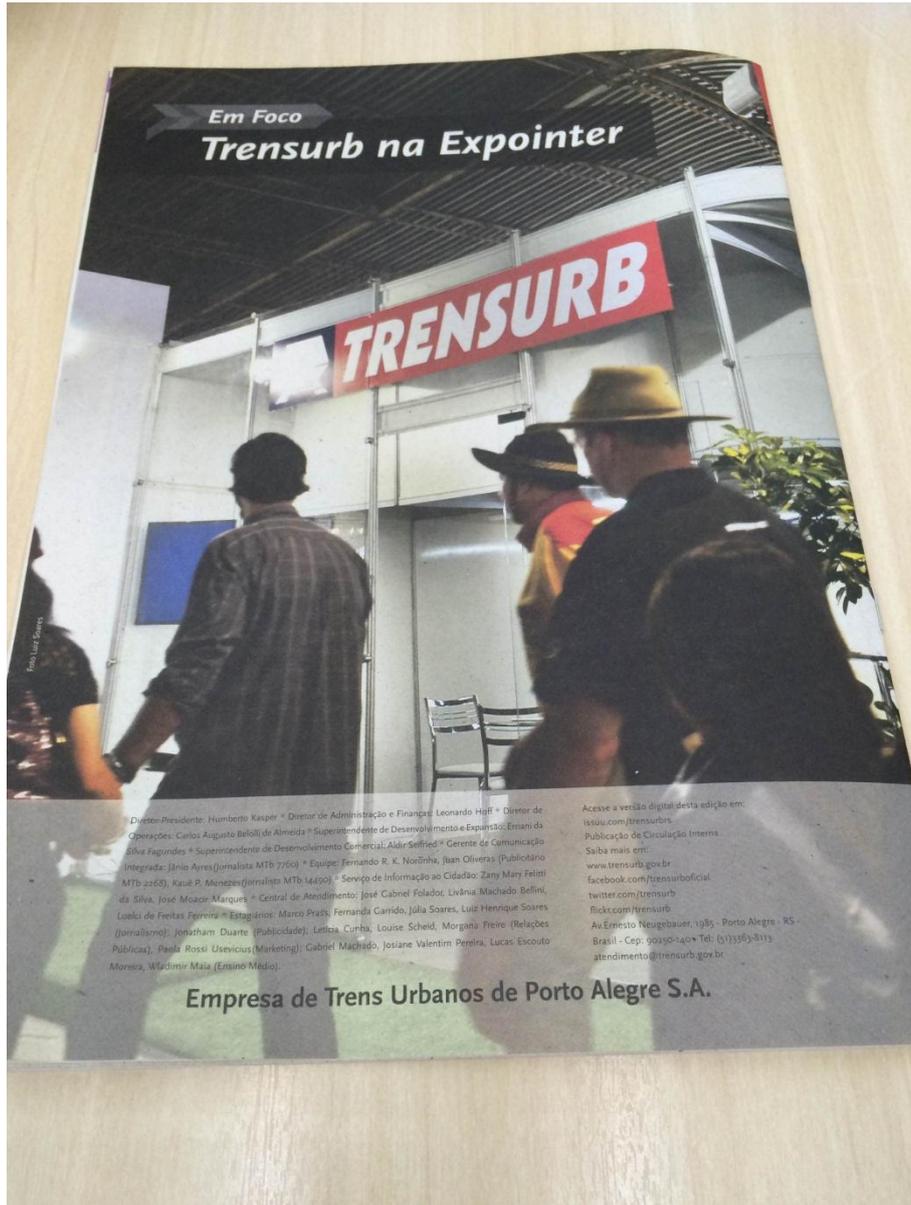
Estação Mercado recebe intervenções artísticas

No dia 22 de agosto, a Estação Mercado foi palco de duas intervenções artísticas em vídeo. As obras "Werwolf", do artista catarinense Marcos Klann, e "Selves Sufficiency", da curitibana Michele Schiochet, foram expostas no corredor de acesso à plataforma de embarque da estação. Os vídeos fazem parte do projeto cultural independente Solidão A gosto, que, desde 2012, aborda, através de performances urbanas, diversas formas de solidão. Na edição deste ano, o elenco é formado por 13 artistas de diversas linhas de pesquisa, como artes sororas, cênicas e visuais. O Solidão A gosto conta ainda com trabalhos transmídia de artistas nacionais e internacionais.



9ª temporada do Sexta Curta é lançada

No dia 12 de setembro, inicia mais uma temporada do programa Sexta Curta Trensurb - Cultura, Lazer e Convivência. Para essa edição, que se estende até o dia 28 de novembro, há diversas novidades, como a possibilidade de os empregados fazerem apresentações de dança ou música antes das sessões e a exibição de curtas premiados, como "Um Animal Menor", de Marcos Contreras e Pedro Harres, que virá a empresa para um bate-papo no dia três de outubro. O Sexta Curta tem como objetivo promover a cultura aos diversos segmentos de públicos internos da empresa através da exibição de curtas-metragens.



Anexo 9 - Edição 646

NOTÍCIAS **TRENSURB**

Nº 646 de 16 a 31 de janeiro de 2015



Uma
marca
para contar a
nossa história

▶ Um milhão de passageiros no aeromóvel

▶ A cultura na Trensurb em 2014

▶ Ballet Urbano na Galeria Mario Quintana

Ponto a Ponto



Na tarde de hoje, mais 85 livros foram distribuídos no interior dos trens que partem da Estação Mercado. Essa foi a segunda ação de bookcrossing - prática de deixar um livro num local público para que outros o encontrem e, após finalizar a leitura, "liberem-no" para que outros levem cultura adiante - realizada pela Biblioteca Livros sobre Trilhos nas últimas semanas. Na ação anterior, em comemoração ao aniversário do espaço cultural, foram entregues mais de 400 obras aos usuários do metrô em Mercado e Novo Hamburgo.

Mais 11 empregados participaram de progressão vertical foram recebidos pelo diretor-presidente substituto, Carlos Augusto Belloli, com um café da manhã no dia 05/01, na sala da Presidência. Eles passam por treinamento para a ocupação de controle de estações.



Alunos do curso de arquitetura da UFRGS participam do desenvolvimento de propostas de layouts do entorno. Não só, passarelas e praças do entorno. Eles apresentaram suas ideias à comunidade local em visita, tendo resultados positivos na avaliação do público.

Em Fórum de Gestores especial, no dia 18/11, diretores e superintendentes apresentaram seus balanços anuais. Foi apreciado ainda o balanço de planejamento estratégico a partir de um conjunto de projetos criados com intuito de atingir a visão de futuro da empresa.



A Diretoria de Operações e a Superintendência de Desenvolvimento e Expansão realizaram seminários de final de ano no auditório da empresa, respectivamente nos dias 18 e 19 de 11. Nos encontros, foi feita a avaliação dos principais projetos de 2014 e projetos de 2015.

Buscando reduzir o consumo de copos plásticos descartáveis, a Trensurb, através do Setor de Responsabilidade Socioambiental, distribui canecas térmicas personalizadas com o logo de 25 anos da Trensurb, além de pan-fries com o Relatário Socioambiental 2013.



Em 2014, a Trensurb realizou 8.839 reuniões que participaram do Programa Planeta Saudável. Desde o mês de maio, 14 escolas de 35 cidades foram beneficiadas pela ação, que visa transmitir conhecimentos sobre saúde e ambientais a crianças do ensino fundamental.

A cultura na Trensurb em 2014

Com o intuito de promover a diversidade cultural entre seus usuários, a Trensurb realiza e apoia um grande número de atividades relacionadas ao tema. Desde o início da operação comercial, a empresa preocupa-se em incentivar ações culturais em suas estações e trens, buscando dessa forma alterar a rotina dos usuários por meio de um olhar diferenciado sobre as mais variadas expressões artísticas. Em 2014, novos e já conhecidos talentos estiveram presentes em todas as cidades abrangidas pela Linha 1 da Trensurb. Segundo o gerente de Comunicação Integrada da empresa, Jânio Ayres, "a avaliação do ano que passou é extremamente positiva e o desafio é ampliar em 2015 de forma a atingir o maior número de usuários que circulam nas estações e trens. Sejam eles público interno ou externo". Confira os destaques deste último ano.



O projeto Plano Livre e o Carnaval Jazz Festival ocorreram em paralelo no mês de novembro, proporcionando ótimas apresentações nas estações da Trensurb.

Galeria Mario Quintana

A galeria, localizada no túnel de acesso às plataformas da Estação Mercado, recebeu sete novas exposições ao longo do ano passado: *Corpo e Luz*, da fotógrafa Luciana Mena Barreto; apresentando registros de espetáculos teatrais ocorridos na Capital nos anos 2000 e diversas imagens de peças do Porto Velho Alegre; *Tipografia*, de autoria de acadêmicos da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA) e coordenação do professor Bento Abreu; exploração polifônica visual de diferentes bairros de Porto Alegre; *Coletivos*; 9ª *Festival Palco Giratório*, promovido pelo SESC, levou aos usuários da Trensurb retratos de manifestações culturais que circulam pelo país através do projeto cultural Palco Giratório; *Canas de Fátima*, do metrológico Jorge Dutra; destacado por meio de caricaturas os principais traços do "mundo da bola" em plena época da Copa do Mundo; *Revolver Atemporal*, de Atauan Teller, apresentou seu ponto de vista sobre diferentes localidades do Rio Grande do Sul por meio de fotografias em preto e branco; *Sociedade Anônima*, do estudante de jornalismo Felipe Farias, impactou muitas pessoas que passaram pelo local ao abordar o cotidiano de pessoas em situação de vulnerabilidade social, que moram nas ruas da capital; e *Cidade do Abastecimento* teve como objetivo apresentar ao público o que há na CEASA/RS, como o galpão não permanente, alguns bauxiteiros e os trabalhadores do local. A mostra contou com fotografias de Claudio Fachal, Leandro Osório, Emmanuil Rosa e Eduardo Seidl.



Diversas exposições passaram pelas muralis da Galeria Mario Quintana e a mostra Tipografia foi um dos destaques de 2014.

Biblioteca Livros sobre Trilhos

No dia 15 de dezembro, a Trensurb comemorou o sétimo aniversário da biblioteca que hoje possui 6.824 mil títulos catalogados. Mesmo com uma significativa redução de cerca de 3% nas doações em comparação a 2013, foram arrecadados 132 livros doados e com 6.587 empréstimos realizados. Para incrementar ainda mais a leitura, a Biblioteca Livros sobre Trilhos realizou ações como a Troca de Livros, permitindo que as pessoas pudessem trocar seus livros por outros títulos. A campanha se iniciou na 60ª edição da Feira do Livro de Porto Alegre e obteve boa aceitação da população. Em outra atividade, em parceria com o projeto Solução Cênica, a Trensurb realizou uma doação de livros após a sessão que embarcaram nos trens nas estações Mercado e Novo Hamburgo, por meio de ação de bookcrossing. Os leitores que encontraram os livros distribuídos, pelos assentos dos carros, foram incentivados a finalizar a leitura e, depois, apresentar outra pessoa ou mesmo deixar o volume em local público para que alguém o leia. Para o gerente Jânio Ayres, "essa foi um ano singular para a Trensurb, pois recebemos o Prêmio Top Cidadania, oferecido pela ABRA-RS, pela iniciativa da Biblioteca Livros sobre Trilhos".



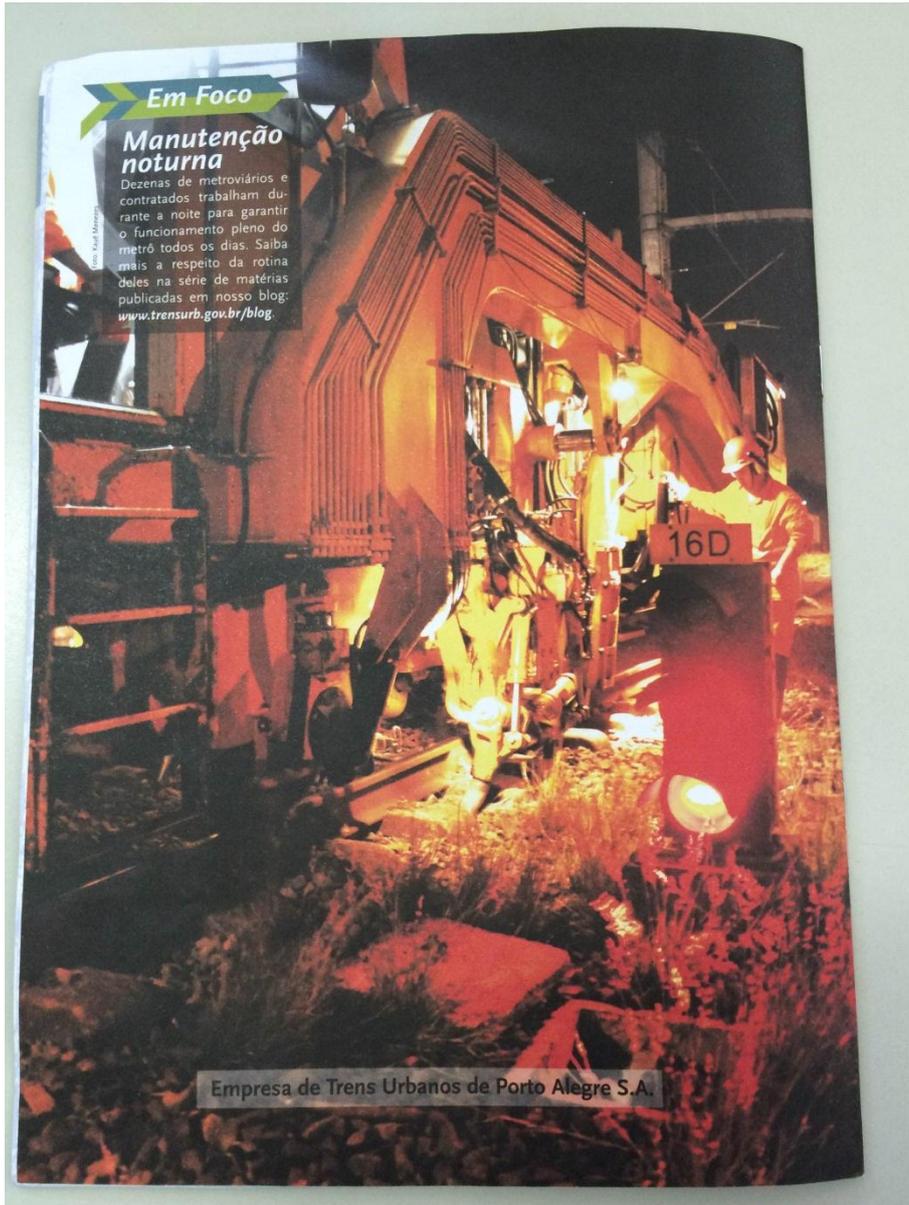
A ação de bookcrossing realizada através da parceria entre Trensurb e o projeto Solução Cênica, distribuiu centenas de livros aos usuários do metrô.

Sexta Curta



Para encerrar o ano de 2014 do projeto Sexta Curta, Trensurb e SESI trouxeram o Quinteto Persch para apresentar uma visão diferenciada de música erudita.

O incentivo cultural promovido pela Trensurb vai além das ações destinadas aos usuários, elas também atingem o público interno. Segundo os conceitos de promoção de cultura, fazer e consumir, em 2014 ocorreram 48 e 67 temporadas e o programa Sexta Curta comemorou seu 8º aniversário. Foram exibidas 28 filmes de curta-metragem de autores consagrados, como o cineasta Jorge Furtado e novos nomes da produção audiovisual gaúcha, como Leandro Capelli. Para finalizar o ano de 2014, o SESI ofereceu uma apresentação especial a empregados, estações e comitês, um concerto de acordes realizado pelo Quinteto Persch. No dia 15 de dezembro, o grupo apresentou um repertório de músicas que variou entre Mozart e Stravinsky, fazendo com que os presentes aplaudissem em pé. As apresentações do quinteto fazem parte do programa Sesi Cidadania, em parceria firmada com o Núcleo de Especiais da RBS TV, Associação Brasileira de Cinema de Animação, Casa de Cinema de Porto Alegre e produções independentes.



Anexo 10 – Edição 648

NOTÍCIAS | **TRENSURB**

Nº 648 de 1º a 15 de março de 2015

AILTON JAIR SALAZAR CAVALHEIRO
ALCIONE FRANCISCO ALVES
ALMECIR DA SILVA NEUMANN
ALVINO DOS SANTOS
ANELIO RODRIGUES DE FREITAS
ANTONIO DE CARVALHO
ANTONIO GIOVANI FREDRICH DE MATTOS
ANTONIO MOACIR FIGUEIREDO
ANTONIO RICARDO DE ABREU
ARCENIO VARGAS DE MELLO
ARI TONINI
ARIOLI DE OLIVEIRA AMARAL
ARIOVALDO CARLOSSO
ARNO LEOPOLDO RHEINHEIMER
ASSIS ANTONIO MACIEL SOARES
BRUNO PRIORI
CARLOS ALBERTO DOS SANTOS
CARLOS ALBERTO MONTENEGRO MARTINS
CARLOS BORBA DIAS

FABIO USEVICIUS
FLADIMIR INACIO KREMER
FLAVIO OTAVIANO DE QUADROS
FLAVIO RENATO SCHNEIDER
FRANCISCO ADROALDO ZUCCARELLI
FRANCISCO TUIUTI CAMARGO FILHO
GELSON DA SILVA BARBOSA
GILBERTO BAU
GILBERTO NUNES DA SILVA
HAMILTON SANTO PORTO DA SILVA
HARRY BENO LECHNER
JOAO ALBERTO BESSESTIL
JOAO BATISTA DE CARVALHO COSTA
JOAO FRANCISCO SILVEIRA MARTINS
JOAO VALLERIUS
JOILSON ROBERTO ROUX
JORGE ELI TEIXEIRA SALDANHA
JORGE LUIZ DEMENECHI FERREIRA
JORGE VENANCIO DA SILVEIRA

MARCO ARILDO PRATES DA CUNHA
MARCO AURELIO SPEROTTO
MARCUS VINICIUS ESCOBAR SILVA
MARILIA CRISTINA GRANATA DE MATTOS
MARIO LUIS LIMA
MIGUEL SILVEIRA MARQUES
MIRKA PECANHA HEINZE
NAZUR TELLES GARCIA
NOEDI DE JESUS DE OLIVEIRA
OCILON DE FREITAS CARPES
PAULO FERNANDO AVENDANO VARGAS
PAULO FERNANDO DE REZENDE MODENA
PAULO RICARDO HEGER MOREIRA
PAULO ROBERTO DORNELLES TERRA LOPES
PAULO ROBERTO DUTRA
PAULO ROBERTO SCHARDOSIM CORREA
PAULO ROBERTO SILVEIRA MARQUES
PAULO RUBENS SOUZA LARA
PAULO WELINGTON CABRAL GOMES

#TRENSURB30ANOS

CARLOS CLAUDEMIR PEREIRA
CARLOS IVAN LEAL ZANONI
CESAR NEI CORBELLINI
CESAR OLIVEIRA DA SILVEIRA
CLAUDIO ADELJO CAMPOS FERREIRA
CLAUDIO FRANCA PAIVA
CLAUDIO ROSA RODRIGUES DE FREITAS
CLESIO ROCHA DA SILVA
CLOVIS ADOLPHS CORREA
CLOVIS NEI CARDOSO PINHEIRO
DANIEL ESSER
DANIEL HAAG
DARCISIO MUELLER
DJALMA MOTTA BITTENCOURT
EDGAR SOUZA COSTA
ELOI FULBER
ENIO ROESLER
ERNANI DA SILVA FAGUNDES
ERNI CARLOS SENA DE ALMEIDA
EURICO SAUSSEDO BOTTI

JOSE AMARANTE DA SILVEIRA
JOSE CARLOS HUSTER
JOSE CLAUDIO DA SILVA SICCO
JOSE EURICO REIS PINTO
JOSE FRANCISCO FERREIRA
JOSE GONZAGA DA SILVA
JOSE MOACIR DA SILVA MARQUES
JOSEILA DE AZEVEDO E SOUZA
JUAN EDUARDO MONTEIRO OLIVEIRAS
JULIO CESAR BRANDI CASTRO
LAERTE ANTONIO SMANIOTTO
LEIVAS ORTIZ FARIAS ZOCH
LINO ROBERTO ANDRADE DOS SANTOS
LOURDES NOEMIA JUNG TEIXEIRA
LUCI PRIETSCH
LUIS ANTONIO GARCIA MENGUE
LUIS ANTONIO GONCALVES GARCIA
LUIZ ALBERTO SILVA BASTOS
LUIZ CARLOS HACK VIEIRA
LUIZ GONZAGA GOULART

RENATO ANDRADE HERNANDES
RICARDO ANDRE RIBOLDI
RICARDO FREITAS BORGES
ROGERIO XAVIER FERREIRA
SEBASTIAO PAIANO DA SILVA
SENAIR BRESSAN
SONIA LEITE DE CASTRO
SULI GUIMARAES FERREIRA
SUZANNA BAPTISTA FERNANDES
TELMO LUCIO DE OLIVEIRA LIMA
UBIRAJARA CARVALHO TOLEDO
VALMOR BRAUN CURTINOV
VALTOR DOS SANTOS NUNES
VANDERLEI PEREZ COUTO
VEIMAR FERNANDES DOS SANTOS
VENY MEIRELES DOS SANTOS
VERA LUCIA RODRIGUES PRESTES
VILMAR DE ANDRADE
VITOR HUGO DA ROCHA MACIEL
WLADIMIR OURIQUE

Capa: Jonathan Duarte

Empresa recebe novos
aprendizes do Estação
Educar

Distribuição de preservativos
no Carnaval

Manutenção noturna
é destaque na galeria

Editorial
30 anos conectando destinos

Em março, a Linha 1 da Trensurb completa 30 anos de operação. São três décadas de um serviço que se consolidou como elemento estruturador do transporte no eixo norte da Região Metropolitana de Porto Alegre. Um serviço que, além de ser fundamental na vida das pessoas e para a atividade econômica na região, contribui com o meio ambiente e na busca por cidades mais sustentáveis. Mas a Trensurb só tem essa história de sucesso graças ao trabalho de muita gente que passou e/ou ainda está por aqui. Nesta edição, como forma de homenagear toda a família metropolitana, e, em especial, aqueles que contribuem com a empresa ao longo de todos esses 30 anos, listamos, na capa, os nomes dos empregados completando três décadas ou mais de casa. E, nas páginas que você lê a seguir, trazemos histórias colecionadas por alguns desses "trintões" em seu tempo de Trensurb. Boa leitura! E parabéns a todos nós!

Diretor Presidente: Humberto Katon * Diretor de Administração e Finanças: Marco André Pires de Castro * Diretor de Operações: Carlos Augusto Rebelli de Almeida * Superintendente de Desenvolvimento e Expansão: Renato Sales Garcia * Superintendente de Desenvolvimento Comercial: Adão Seifried * Gerente de Comunicação Integrada: Jairo Ayres (Gerente MTS 2016) * Líder: Jean Oliveira (Publicidade MTS 2016), Karol * Mestrando (Gerente MTS 1993), Líder: Maria Luíza Bellu * Serviço de Informação ao Cidadão: José Manoel Marques * Diretora Geral de Ótica * Central de Atendimento: Luciana de Freitas Ferreira * Estagiários: Fernando Canillo, Gustavo Mendes, Lucas Queiroz, Marco Pires (Gerente), Justino Duarte (Publicidade), Larissa Basso (Design), Andréia Ferreira, Fabiana de Brito, Felipe André Santos, Jussara dos Santos, Mariana Pires, Natália de Souza (Design), Niliane Araújo (Gestão de Recursos Humanos), Carolina Moreira, Vinício Pastorelli (Gestão de Recursos Humanos).

Assine a versão digital desta edição em: www.trensurb.com.br
Publicidade de Circulação Interna: saiba_mais@trensurb.com.br
www.trensurb.com.br
[facebook.com/trensurboficial](https://www.facebook.com/trensurboficial)
[instagram.com/trensurb](https://www.instagram.com/trensurb)
Rádio: www.trensurb.com.br
Atendimento: 160 (24 horas) 0112
atendimento@trensurb.com.br

Notícia

Educando o futuro

Dando continuidade a um programa social de sucesso, a Trensurb recebeu, em 7 de fevereiro, os novos aprendizes selecionados para o Estação Educar 2015. A parceria entre a empresa e o SENAI-RS visa proporcionar capacitação profissional a estudantes do ensino médio, oriundos de famílias de baixa renda, através do curso de assistente administrativo. Com carga de 800 horas, o curso é dividido em três módulos: comunicação e organização na empresa (200 horas), rotinas administrativas (500 horas) e apoio logístico (100 horas). Foram selecionados 40 jovens com idade entre 15 e 24 anos, divididos em duas turmas, uma por turno. Todos realizarão o curso no turno inverso ao da escola, quatro horas por dia, de fevereiro a dezembro, na Escola de Educação Profissional SENAI Nilo Bettanin, em Esteio. Os aprendizes recebem benefícios como vale-transporte, passe livre no metrô, convênio odontológico e meio salário mínimo mensal.

As boas vindas aos jovens foram dadas pelo gerente de Recursos Humanos da Trensurb, Diego Tarta, que relembrou seu primeiro emprego como *office boy* em um escritório de contabilidade. "Eu não tive a mesma oportunidade que vocês estão tendo e a experiência será muito mais rica do que a minha", afirmou Tarta. "Vocês estão começando a vida profissional na melhor das condições e o comportamento e comprometimento é o diferencial, porque se a pessoa não sabe executar uma função nós ensinamos, basta se comprometer", finalizou o gerente.

A professora do SENAI, Silvana Tais Rech, trabalha com o Estação Educar há três anos. Ela afirma que "dentro

do SENAI nós não só formamos profissionais e sim pessoas com outra visão de mundo, cumpridoras de seus deveres e com postura adequada para trabalhar em qualquer empresa". "Eu fico muito feliz quando temos um retorno positivo dos alunos, encontramos alguns deles dizendo que foi importante ter feito aquele curso", completa.

Daiane Camargo, mãe de um dos aprendizes supletivos, conta que, para conseguir a carteira de trabalho de seu filho dentro do prazo estipulado, teve que contar com a sensibilidade de funcionários do Ministério do Trabalho. "Expliquei para o atendente que meu filho havia sido selecionado para o Estação Educar dentro de 1.083 jovens e que essa seria a oportunidade de uma vida", explica Daiane. Em nome de todos os pais presentes, ela também agradeceu a Trensurb pela oportunidade dada aos jovens. "O que esse curso pode proporcionar para o futuro de nossos filhos é algo incomparável", completa.

De aprendiz a estagiário

Outras oportunidades surgem aos aprendizes que se destacam durante as aulas. Diversos estagiários de ensino médio tiveram a possibilidade de concluir a capacitação oferecida e foram contratados pela Trensurb. Hoje, a Gerência de Comunicação Integrada possui três estagiários provenientes do programa e Alexi Gabriel Machado, de 16 anos, é um deles. Segundo ele, "além do conhecimento adquirido, a ajuda de custo foi um dos principais motivos para escolher fazer o curso". "Foi tudo novo para mim, aprendi muito sobre as técnicas administrativas e pude absorver muito sobre a questão organizacio-



O ex-aprendiz Alexi Gabriel Machado, 16 anos, mostra com orgulho sua carteira de trabalho. Ele ainda não somente pela rotina de trabalho, mas da vida", afirma Alexi. Ele ainda em estágio na Trensurb. "Todos montaram seus currículos e eu fui selecionado", completa o estagiário.

Uma história de formação de profissionais

Criado em 1994, o então denominado Projeto Oficina-Escola possibilitava aos aprendizes um processo de iniciação profissional. Já em 2003, sofreu modificações estruturais alinhando-se aos princípios de estímulo a práticas de qualificação social e profissional, passando a ser um programa e recebendo o nome de Estação Educar. Em 2004, foi premiado pela Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, dentro da campanha "Paz é a gente que faz". Em 2006, recebeu, na Bienal de Marketing da Associação Nacional de Transportes Públicos (ANTP), o reconhecimento como sendo uma das três principais experiências no país na categoria de Responsabilidade Social. Em 2009, passou a ser um programa de aprendizagem profissional, oferecendo cursos de assistência administrativa. A empresa definiu, desde 2013, como local para realização do curso, a Escola SENAI Nilo Bettanin. Dessa forma, é proporcionado aos jovens aprendizes um ambiente com infraestrutura adequada, com profissionais especializados, inclusive, para atender a pessoas com deficiência.



Aprendizes e pais são responsáveis pela assinatura de contratos e abertura do Estação Educar 2015

Capa

Palmas à aniversariante

Em 2015, no dia 2 de março, a Linha 1 da Trensurb completa a marca de 30 anos de inauguração. A ideia de uma empresa de transporte metropolitano na região havia surgido muito tempo antes, em 1976, quando estudos desenvolvidos pelo Grupo Executivo de Integração de Políticas de Transportes da Empresa Brasileira de Planejamento de Transporte (GEIPOT) justificaram o projeto como uma alternativa para reduzir o fluxo de veículos na BR-116, que, naquela época, já era grande. A Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre S.A. nasceu, então, em abril de 1980. Os trens iniciaram a operação comercial, porém, no dia 4 de março de 1985 – dois dias após a cerimônia de inauguração.

O papel fundamental da Trensurb é conectar Porto Alegre, Canoas, Esteio, Sapucaia, São Leopoldo e Novo Hamburgo. Também ligados à empresa estão empregados que viram seu desenvolvimento e crescimento durante essas décadas de atendimento a população. Pessoas com vidas que se misturam com a história da empresa e podem contar um pouco dos acontecimentos dessas três décadas.

Histórias sobre os trilhos

Em 1984, grandes navios chegaram em Porto Alegre, trazendo uma valiosa encomenda do oriente. Os 25 trens elétricos, comprados do Japão, desembarcaram na capital gaúcha e causaram grande curiosidade na população. Alguns dos funcionários que começaram a trabalhar na Trensurb chegaram à empresa justamente por essa curiosidade de estar em algo tão diferente para a época. Uma dessas pessoas é **Valdinei Nascimento**, na empresa há 31 anos. Anteriormente, ele trabalhava como estagiário de engenharia no Minis-



Para Valdinei Nascimento, o trabalho na Trensurb era uma forma de estar em uma empresa com muitas inovações.

Capa

tério de Educação e, por indicação, resolveu iniciar na Trensurb. "Falaram-me que era uma oportunidade de entrar em uma empresa que traria muitas inovações", comenta.

No primeiro momento da operação comercial, os trens iam de Porto Alegre até Sapucaia do Sul, passando por Canoas e Esteio. Quando as estações foram abertas ao público, "muitas pessoas nunca tinham visto ou ouvido falar em trens, portanto aquilo causava certo medo nas pessoas", declara **Francisco Schreiner**, na Trensurb também há 31 anos.

Francisco, quando entrou na empresa, foi para participar de uma equipe que tratava das negociações para integrar as linhas de ônibus e o metrô. Esse serviço se iniciou na Estação Mathias Velho, de Canoas. De acordo com Francisco, apesar de, naquela época, a integração entre trem e ônibus ser mais barata que um ônibus direto para Porto Alegre, os usuários tinham receio de usar o novo transporte. "Muitas pessoas tinham medo até de atravessar as portas do trem, porque achavam que elas fechariam e os esmagariam", conta.

Foram várias soluções encontradas por Francisco e sua equipe. "Havia cartazes chamando as pessoas a usarem o trem, panfletos explicando os preços e até casos onde estagiários acompanhavam os usuários de Canoas até Porto Alegre para estes não terem medo". Outra forma de tranquilizar os usuários foi oferecer "aulas" ensinando como funcionava o trem. "As pessoas tinham esse medo das portas, porque achavam que elas iam fechar antes deles conseguirem entrar. Certa vez, falei para eles que o tempo para uma porta fechar era de 15 segundos e fiz eles contarem 15 segundos em voz alta para ver como era tempo demais", relata aos risos.

Quando os trens entraram em funcionamento, a curiosidade foi tamanha que algumas pessoas vinham das cidades do interior para a capi-

tal apenas para andar no novo veículo. Quem relembra é **Eliani Pereira**, que tem 31 anos de serviços prestados à Trensurb. Eliani estava grávida da sua primeira filha nos primeiros meses de trabalho na empresa. Na época, Eliani receio de ser demitida – a estabilidade para gestantes só foi estabelecida pela Constituição de 1988 –, portanto ela procurou mostrar toda sua capacidade para não correr riscos. "Meu chefe, naquele período, era o senhor Gastão Dal Pai e eu tive que contar para ele antes do término do período de experiência, pois a gravidez já era visível. Ele foi de uma segurança e tranquilidade e me assegurou que o que contava era meu profissionalismo", conta.

Para Eliani, a Trensurb ainda teve mais um papel fundamental. "Uma de minhas duas filhas nasceu com necessidades especiais. Ela passou, ao longo dos anos, por várias cirurgias e graças a Deus e ao plano de saúde que a empresa proporcionou, que sempre foi muito bom, ela teve todos os recursos necessários para hoje ter uma vida saudável", afirma.

Assim como a família de Eliani aumentou



Eliani Pereira diz que se os trens existissem em pequenas cidades ela não teria conseguido cuidar tão bem das filhas.

ao longo dos anos, a Trensurb expandiu seu alcance, e São Leopoldo viu o trem chegar em 1997, com a inauguração da Estação Unisinos. Três anos depois, a Estação São Leopoldo foi aberta ao público. Doze anos depois, a Tren-

surb chegou a Novo Hamburgo, em 2014, foi concluída a expansão até o Centro do município, completando o projeto original da Linha 1. As ampliações da linha no decorrer desses 30 anos foram, na visão de Clésia Vieira – há 31 anos na Trensurb –, “uma injeção de ânimo para todos os funcionários e ver tantos projetos sendo concluídos, apesar de alguns problemas, foi empolgante; e, também, pensar que fizemos parte destes processos, cada um a sua maneira, renova a sensação de pertencimento, tão importante para qualquer funcionário”, diz.

Clésia conta que, quando iniciou na Trensurb, a sede ficava ao lado da Estação Rodoviária, junto aos escritórios da Rede Ferroviária Federal. Naquela época, assim como agora, a empresa atraía profissionais devido à inovação que trouxe para a região. Então, cada etapa dos processos iniciais da empresa, desde a chegada dos trens, à colocação dos trilhos ou à abertura das estações “era um evento”. Clésia lembra que até os testes dos trens eram momentos incríveis de serem acompanhados. “Corriamos todos para a janela do prédio para ver as composições passando. Era como um filme”, comenta.

Assim como no cinema, trabalhar na Trensurb pode trazer emoções fortes. Clésia recorda de uma ocasião em que o prédio administrativo da empresa teve que ser evacuado. Ela ficou encarregada de conduzir o pessoal para fora do prédio e verificar se todas as janelas estavam fechadas, para evitar a propagação do fogo. Claro, o incêndio não era real, tratava-se de uma simulação, mas “o nervosismo era

real e a experiência nos levava a crer que tudo fosse verdade”.

Enquanto os usuários usam os trens para irem de uma cidade à outra, a Trensurb já levou seus empregados para lugares mais distantes. Muitos metrôviários tiveram a chance de conhecer diversos estados do Brasil. Paulo Vieira lembra de diversas dessas viagens. “Fomos para Brasília, Aracaju, Curitiba, Salvador”, comenta. Essas viagens, no entanto, não eram de férias ou diversão, mas parte do trabalho. Paulo, há 31 anos na empresa, trabalhava como gestor de um contrato com o SENAI e isso fazia com que ele precisasse ir a diferentes regiões do país para representar a Trensurb nesses lugares. “As viagens eram muito boas. O mais legal é que, sempre que terminava uma, a do ano seguinte já estava marcada, então eu acabei por conhecer diversos lugares”, declara.

“Talvez conhecer diversos estados e lugares do mundo seja o sonho de muita gente, porém o de Paulo era outro: “Meu sonho sempre foi trabalhar em alguma empresa pública, então, quando consegui entrar na Trensurb, foi ter meu sonho realizado”.

Quando os novos empregados ingressavam na empresa, muitos não sabiam como trabalhar com o sistema metrôviário. Portanto foram necessários vários treinamentos para cada um aprender o necessário. O jeito de ter essas aulas era indo a locais do país onde o metrô já estava implementado. Então os funcionários que chegaram foram enviados ao Rio de Janeiro, onde conheceram pela primeira vez um trem. Depois, foram a São Paulo para aprender a trabalhar com um sistema metrôviário. Uma dos participantes desses treinamentos



Conseguir trabalhar na Trensurb foi a realização de um sonho para Paulo Vieira

foi Nelson Dadda, empregado da Trensurb há 31 anos. Dadda lembra como todos entraram sabendo as mesmas coisas e, depois dos treinos, foram sendo direcionados para setores diferentes. Outra lembrança marcante é a de um jogo de futebol em que ele jogou com outros funcionários da empresa no Rio de Janeiro. O adversário era um time formado pelos colaboradores da antiga Rede Ferroviária Federal. Infelizmente as memórias da partida não são as melhores possíveis: “Hoje não lembro mais quantos gols a gente levou, porque já faz muito tempo, mas sei que perdemos por muito”, fala aos risos.



Nelson Dadda fez viagens pelo país por causa do trabalho e em um jogo (futebol) em nome da Trensurb

Alguns personagens do início da história da Trensurb ainda estão na empresa, muitos outros que já passaram dos 30 anos de empresa disseram adeus. É o caso da Maria Eloi de Paiva, que atuou por 31 anos no sistema metrôviário e agora tem seu descanso merecido. Mas ela não deixou a empresa sem uma história marcante para carregar na memória. Nos primeiros anos dela na empresa, seu pai foi diagnosticado com câncer. O tratamento exigia deslocamento de Sapucaia do Sul até Porto Alegre. “Naquela época, preferi não contar para muita gente, porque não queria que as pessoas pensassem que isso poderia atrapalhar o meu trabalho”,

Infelizmente o pai da Maria não resistiu à doença, porém o gesto ficou para sempre em sua memória. “Sempre que conto minha história na Trensurb, falo desse acontecimento, que foi muito humano, muito bonito”.

Assoprando as velinhas

No mês de março, a Trensurb inicia uma série de eventos em comemoração aos 30 anos de operação: haverá uma atividade institucional para homenagear ex-presidentes e empregados, a quarta edição da festa VooDoo nos Trilhos comemorará o aniversário; um painel comemorativo aos 30 anos da empresa foi instalado na sede administrativa para os empregados tirarem foto com a temática do aniversário.

Durante o ano inteiro, a comunicação da empresa estará voltada para os 30 anos da Trensurb, lembrando empregados e usuários dessa marca. Na Galeria Mario Quintana, haverá exposição do fotógrafo Carlos Latuff sobre a manutenção noturna. As sessões do Sexta Curta 2015 terão curtas sobre a empresa.

Além disso, a Trensurb planeja presentes para seus usuários e público interno ao longo do ano, como um livro sobre a história da empresa, um aplicativo para deixar a Trensurb mais conectada a quem usa o metrô e um memorial da empresa.

Ponto a Ponto



No mês de Carnaval, por meio do Setor de Responsabilidade Socioambiental, a Trensurb realizou ações de distribuição de preservativos nos acessos das estações Mercado, Rodoviária, Aeroporto, Canoas e Mathias Velho, nos dias 12 e 13/02. O objetivo foi conscientizar o público sobre o uso correto do preservativo, bem como as formas de contágio pelo vírus HIV. Ao todo, mais de 7 mil camisinhas foram distribuídas às pessoas que circulavam pelos locais.

Com o término do horário de verão e o início do ano letivo na Região Metropolitana, a Trensurb retomou, no dia 19/02, a grade normal de operação. Assim, os trens voltam a ter intervalos menores de segunda a sexta-feira para atender a demanda de usuários.



No dia 19/02, a Trensurb reuniu, na sede administrativa da empresa, encontro do Comitê de Comunicação em Mobilidade do Rio Grande do Sul (CCM/RGS). A missão do grupo é integrar e expandir a comunicação relacionada à mobilidade no estado.

No dia de 06/02, uma nova ação de bookcrossing promovida pela Biblioteca Livros sobre Trilhos distribuiu 40 obras nos trens que partem da Estação Mercado. A prática consiste em deixar livros em locais públicos para que outros encontrem e, após a leitura, repitam o processo.



Em 03/02, o diretor-presidente Humberto Kasper participou de uma reunião na sede da EPTC, tendo como pauta a reestruturação do viaduto na Av. Voluntários da Pátria. A obra, em andamento desde janeiro, tem previsão de conclusão para o final de março.

No dia 03/02, teve início obra civil para instalação de um elevador na Estação Estácio. Com isso, os trens transitaram temporariamente por apenas uma via. As obras ainda estão em andamento e a entrega do equipamento está prevista para a primeira quinzena de abril.



A Trensurb trabalha incessantemente o quesito comunicação, interna e externamente. As principais informações sobre os trabalhos realizados e resultados obtidos na promoção da imagem da empresa estão no recentemente lançado Relatório Anual de Comunicação, referente a 2014.

Conexões Organizacionais



Da esquerda para a direita: Anison Colloren, Paulo Colling, Tiago Furlan, Jefferson Machado, Elisabete dos Santos, José Carlos Latoriano, Luis Fretsch, Guilherme Heller, Carlos Barreto, Daniel Pereira, Guilherme da Silva, Anderson Mengelst e Fabiano Sacilotto. Outras 11 pessoas integram o setor.

Garantindo a circulação dos trens

Unidade organizacional? Setor de Oficina (Seofi).

Quem faz? A equipe do Seofi conta com sete empregados na manutenção pesada, 12 na manutenção leve e planejamento de controle de manutenção (PCM), 11 na manutenção corretiva e quatro na manutenção de veículos rodoferroviários e máquinas auxiliares, totalizando 34 empregados. A equipe da área também tem quatro estagiários.

O que faz? O setor é responsável pela **manutenção preventiva e corretiva** dos trens das séries 100 e 200. As de pequeno porte são executadas na oficina da manutenção leve, nas valas das vias permanentes (VPA) 3, 9, 10, 11 e 20. Manutenções de grande porte são realizadas nas instalações da oficina de manutenção pesada, incluindo a revisão geral dos veículos. A unidade também faz a **coordenação e fiscalização** da manutenção corretiva da série 100, executadas na VP oito. O Seofi é responsável ainda pela manutenção corretiva dos novos trens, série 200, e, até a finalização da contratação de uma empresa especializada, também realiza a manutenção preventiva dos trens novos. O planejamento e controle da manutenção, dos materiais e insumos necessários também são atribuições do setor.

Como faz? A manutenção preventiva está alicerçada

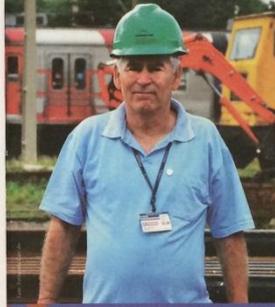
no PCM. Os serviços são programados conforme a quilometragem que os trens percorrem na via, sendo executadas **revisões programadas** a cada 5 mil quilômetros, 15 mil quilômetros e 35 mil quilômetros. Cada uma dessas revisões contempla uma série de atividades. Já as manutenções corretivas **corrigem falhas** ocorridas nos trens em operação.

As atividades executadas na oficina de manutenção pesada têm em grande parte a marca de 270 mil quilômetros como referência para sua execução. Para a revisão geral, a programação é de realização a cada 600 mil quilômetros rodados por um trem.

As atividades exercidas nas instalações do chamado Seofi II são manutenção de locomotiva, trackmobile, empilhadeiras, veículos rodoferroviários, pontes rolantes, máquinas operatrizes e compressores de ar. A execução da manutenção preventiva e corretiva da série 100, dos equipamentos rodoferroviários, da planta industrial do Setor de Oficina, pontes rolantes, compressores de ar, entre outros está a cargo da empresa contratada CAF Brasil.

Onde fica? Localizado no pátio de manutenção, englobando as instalações da oficina de manutenção pesada do Seofi, o chamado Seofi II e a oficina de manutenção leve.

Perfil



Salvaguardando vidas

O técnico em segurança do trabalho **Marco Aurelio Maia**, de 57 anos, ingressou na Trensurb em julho de 1986. Foi o primeiro agente do núcleo básico de segurança patrimonial da empresa e participou também da primeira turma da segurança operacional. Em agosto de 1986, passou a integrar o Setor de Higiene e Segurança do Trabalho (Seset), unidade que chefiou entre 2003 e 2007. "Sempre participei das grandes obras da Trensurb, tive o privilégio de ver a empresa crescer", conta. Depois de três anos na Gerência de Operações, retornou ao Seset. Também participou da fundação da associação dos funcionários da Trensurb, antes da criação do Sindicato dos Metroviários.

Antes de chegar à empresa, era instrutor de bombeiros da Força Aérea Brasileira. Em 2011, foi presidente do Sport Club Oriente, de Canoas. Já recebeu altos elogios e honrarias da Defesa Civil de Canoas. Neste ano, pretende se aposentar e abrir uma empresa de consultoria. "A minha vida profissional toda foi para salvaguardar vidas e eu não quero parar depois, que me aposentem. Não me vejo parado, sempre estou em movimento", diz.

Natural de Canoas, Maia vive com a esposa Maria Inês, com quem é casado há 31 anos, e tem três filhos. Ele diz gostar muito de ficar em casa com a família e assistir filmes de ação e aventura, mas, aos finais de semana, também vai à bares com a esposa e amigos e joga futebol.

Cultura

MANUTENÇÃO NOTURNA VIRA ARTE

Entre 2 de março e 31 de abril, a Galeria Mario Quintana recebe nova exposição alusiva aos 50 anos da operação comercial da Trensurb: **Trabalho de Nocturna**. O espaço cultural, localizado no túnel de acesso às plataformas da Estação Mercado, contará com fotografias da manutenção noturna, serviço pouco conhecido pelos usuários do sistema metroviário. As imagens foram captadas pelo chargista carioca Carlos Latuff, que assina sua primeira mostra fotográfica.

Latuff é conhecido também por seu ativismo político. Em 2006, recebeu o segundo lugar no Concurso Internacional de Caricaturas sobre o Holocausto. Já em 2011, seu trabalho foi divulgado e comercializado no mundo árabe, quando produziu cartuns referentes às manifestações conhecidas como "Primavera Árabe".



ANIVERSARIANTE SOLIDÁRIO

Luis Carlos Rodrigues Junior fez 34 anos no dia 30 de janeiro. Ao invés de pedir presentes de aniversário, criou um evento no Facebook para pedir que seus amigos dessem doações de livros para a Biblioteca Livros sobre Trilhos, localizada na plataforma de embarque da Estação Mercado. A vontade de ajudar o próximo veio de inspiração de heróis do cinema e também de uma enchente que Luis presenciou quando criança. A quem pergunta se ele não sente falta dos presentes, responde: "A vontade de ajudar tem vida própria. E se a gente sente vontade de ajudar, tem que fazer e ajudar".



Em Foco

TRENSURB

30 ANOS

EM 2015 A TRENSURB COMPLETA 30 ANOS DE OPERAÇÃO: UMA HISTÓRIA DE DEDICAÇÃO E PROFISSIONALISMO. POR ISSO, CONVIDAMOS VOCÊ, QUE FAZ PARTE DA FAMÍLIA METROVIÁRIA, PARA PARTICIPAR DE SESSÕES DE FOTOS NO MURAL ELABORADO ESPECIALMENTE PARA VOCÊ NA RECEPÇÃO DO PRÉDIO ADMINISTRATIVO.

CONTAMOS COM A SUA PRESENÇA!

02/03 ♦ 04/03 ♦ 06/03 DAS 14H ÀS 16H

OU FAÇA SUA PRÓPRIA FOTO E NOS ENVIE PARA TRENSURB.GECIN@GMAIL.COM

#trensurb30anos

Editorial

Rumo aos próximos 30 anos

A Trensurb segue suas comemorações pelos 30 anos de funcionamento da Linha 1. São três décadas contribuindo com a mobilidade e a sustentabilidade da Região Metropolitana de Porto Alegre...

Diferentemente do que foi publicado no editorial da edição anterior, os nomes listados na capa do Notícias Trensurb 648 são apenas dos metroviários que completam 30 anos de empresa em 2015...

Diretor-Presidente: Humberto Kasper • Diretor de Administração e Finanças: Marco Antônio Probst de Paula • Diretor de Engenharia: Carlos Augusto Basso de Assis...

Assessoria e serviços digitais: Daniela de Aguiar • São Leopoldo: Patrícia de Oliveira Moraes • Novo Hamburgo: André de Aguiar...

Notícia

Luta por igualdade e combate à violência

No mês de março, em que é celebrado o Dia Internacional da Mulher, a Trensurb busca reforçar o combate à violência contra as mulheres. A edição 392 do jornal-mural quinzenal Notícias na Linha, afiado em todas as estações e nos trens da frota original da empresa...



No dia 10, na sede administrativa da empresa, o grupo Mulheres Metroviárias em Movimento (MMM) distribuiu bombons, poemas e brindes para as mulheres que trabalham na Trensurb...

As Mulheres Metroviárias em Movimento

O MMM é um grupo de trabalho formado por empregadas da Trensurb, instituído oficialmente por meio da Resolução da Presidência 083/2013, que trabalha na defesa dos direitos, discussão de gênero e na prevenção da violência contra as mulheres...



Apresentação de folheto de orientação. Marcela Mariani explica a importância para o Dia da Mulher.

Há 30 anos

No ano em que a Linha 1 completa três décadas de funcionamento, relembramos algumas notícias que tiveram a Trensurb como destaque em 1985.



Trensurb facilita ida até Unisinos

De 18 mil alunos da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) deverão iniciar o ano letivo, no próximo dia 5 de março, contando com uma novidade: em virtude da implantação do Trensurb, o deslocamento até o campus deverá ser bastante facilitado. Além da direta conexão do metrô com a estação, a empresa de ônibus Rota fará a conexão Sapucaia-São Leopoldo...

A Unisinos não programou nenhuma festividade para receber os 2.500 novos alunos, deixando esta parte a cargo dos órgãos estaduais. O Departamento Estadual de Organizações e Planejamento, no entanto, organizou uma série de palestras que objetivam orientar o calouro dentro da realidade da Universidade...

Reprodução jornal Zero Hora - 1985

Trensurb inicia amanhã a integração com os ônibus

Para evitar que o preço da passagem, em termos de deslocamento, seja inferior a CRLV, a Trensurb vai oferecer uma opção de integração com os ônibus. A partir de amanhã, a Trensurb vai oferecer uma opção de integração com os ônibus. A partir de amanhã, a Trensurb vai oferecer uma opção de integração com os ônibus...

NOVE: divulgação da integração.

Reprodução jornal O Estado do Rio Grande do Sul - 1985

Capa

Celebrando com os usuários

Há três décadas, Porto Alegre conectava-se a Canoas, Esteio e Sapucaia do Sul - e, posteriormente, a São Leopoldo e Novo Hamburgo. Esta conexão entre os municípios e suas comunidades aconteceu por intermédio dos trilhos e trens da Trensurb. Em 2015, a empresa completa seus 30 anos de serviços e dedicação à população.

Para celebrar este importante marco, a Trensurb está preparando diversos eventos. Um deles ocorreu no dia 4 de março - data de início da operação comercial da Linha 1, em 1985 -, na Estação Mercado. No saguão da estação, os passageiros que passaram por lá foram surpreendidos com uma festa de aniversário. As 15h, eles foram convidados a cantar os parabéns e soprar as velinhas em celebração ao aniversário de funcionamento do metrô. Depois, três bolos foram partilhados pelos presentes.

Mania Juliana estava com pressa para chegar até a plataforma de embarque e pegar um trem até São Leopoldo, cidade onde mora. "Quando vi o bolo e a festa, resolvi parar e comer um pedaço. Foi uma ótima surpresa", declara.



Na Estação Mercado, usuários do metrô receberam bolo comemorativo aos 30 anos de operação da Trensurb.

Convidados especiais

A operadora de trens que fez a viagem inaugural da Linha 1, Rubia Viegas de Barros, esteve entre os convidados da festa. Rubia, que escreveu seu nome na história do país como a primeira mulher a conduzir um trem no Brasil, destacou a importância da Trensurb no desenvolvimento da região: "Nós passamos numa cidade e vemos o quanto ela cresceu. E eu acredito que a empresa teve um papel fundamental nisso. Um exemplo é Canoas, que hoje está enorme". Hoje, aposentada, a ex-operadora tem 60 anos de idade, 31 dos quais foram dedicados ao trabalho no metrô. E ela ainda orgulha-se de ter feito a viagem na cerimônia de inauguração daquele 2 de março de 1985. "Ter sido a primeira mulher a pilo-

Capa

tar um trem foi algo muito importante para mim, porque acredito que ficou marcado na história da empresa e do Brasil".

Para o diretor-presidente Humberto Kasper, chegar aos 30 anos de operação demonstra a grande importância do trabalho da Trensurb e da preocupação que a empresa tem em contribuir com a sociedade. "Nesses 30 anos, a Trensurb se consolida como um exemplo de empresa que busca eficiência em dar retorno cada vez maior para o usuário", destaca. O prefeito de Porto Alegre, José Fortunati, também presente na festa, concorda com a visão de Kasper e afirma que "a Trensurb é um exemplo de empresa que vem investindo cada vez mais no usuário, o que contribui com as condições na mobilidade dentro da Grande Porto Alegre".

A comemoração dos 30 anos da empresa não é algo só para a Trensurb, mas para a população da região, pois, conforme o superintendente de Desenvolvimento e Expansão, Nazur Garcia, "a Trensurb foi adotada pela comunidade". Para ele, "hoje é inimaginável pensar no transporte da região metropolitana sem a empresa".

A relevância do serviço oferecido pela Trensurb não se refere apenas à qualidade no transporte dos passageiros, mas também às questões ambientais. "A Trensurb transporta uma quantidade imensa de passageiros diariamente. Imagina quantos quilos de gás carbônico seriam jogados no meio ambiente se essas pessoas precisassem se locomover de ônibus", ressalta o superintendente de Desenvolvimento Comercial, Aldir Seifried.

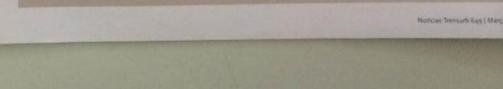
Diretor de Operações do metrô, Carlos Augusto Belloli define o momento em que se completam os trinta anos como um marco na transformação da empresa: "Implantamos bitlhetagem eletrônica, novos trens foram adicionados à frota, então estamos buscando a melhor forma de oferecer o serviço com mais conforto para o usuário". Para o diretor de Administração e Finanças, Marco Antônio Cunha, "a Trensurb é uma empresa que cumpre um papel fundamental para a região metropolitana. Pela qualidade do serviço que presta, a Trensurb vai durar para sempre".

Mais comemorações

A Estação Canoas também recebeu uma atividade de comemoração do aniversário de operação da Trensurb, no dia 11, com a presença do prefeito canoense, Jairo Jorge. Outras atividades estão programadas para estações em cada um dos demais municípios atendidos pelo metrô: Sapucaia do Sul, São Leopoldo e Novo Hamburgo.

Manutenção dos trilhos vira arte

A comemoração dos 30 anos da Trensurb também ocorreu com arte. A exposição fotográfica Trabalho da Noturno, do cartunista Carlos Latuff, do jornal online Sul21, teve sua inauguração oficial também na tarde do dia 4. A mostra retrata o trabalho das equipes de manutenção noturna do metrô. Segundo Latuff, que acompanhou por duas noites os serviços na linha da Trensurb, as fotografias são uma forma de apresentar essa parte do trabalho pouco conhecida do público: "A seleção das fotografias deu ênfase ao trabalho dos operários, que é o que faz efetivamente a ferrovia andar e isso é uma coisa que as pessoas não conhecem".



Para Latuff, aspectos importantes é como forma de mostrar aos passageiros a rotina dos trabalhadores ferroviários.

Capa

Capa



#TRENSURB30ANOS

A Trensurb, por meio da Gerência de Comunicação Integrada, instalou, no saguão do prédio administrativo, um painel comemorativo aos 30 anos de operação da Linha 1. Metroviários de todas as áreas, que fazem parte dessas três décadas de história, foram convidados a ser fotografados (ou fazer suas próprias fotos) em frente ao painel. Alguns dos registros estão nestas páginas e outros serão divulgados em breve na intranet.



Ponto a Ponto



No dia 24/02, quatro dos novos trens passaram a integrar a frota disponível para operar plenamente conforme necessidade. As outras 11 novas composições encontram-se em fase de testes e a previsão é que todas elas tenham condições de funcionar de forma plena até o fim de junho. Conforme cronograma de trabalho, em março, mais quatro trens devem integrar-se definitivamente à frota; em abril, dois; em maio, mais dois; em junho, os três últimos.

Em 06/03, a equipe de trabalho responsável pela implantação do Sistema Eletrônico de Informação (SEI) na Trensurb, participou de reunião no Tribunal Regional Federal da 4ª Região para sanar dúvidas sobre o programa que irá substituir os processos físicos, de capa azul, por verbetes digitais.



A Trensurb recebeu uma equipe do Grupo de Apoio Tático Especial (CATS) da Brigada Militar em 05/03. Os agentes realizaram um treinamento nas dependências da empresa e também conheceram os novos trens e suas especificidades técnicas.

A empresa firmou, no dia 03/03, contrato com a Alstom do Brasil para a manutenção preventiva dos 15 novos trens série 200. O contrato, válido por 60 meses, tem valor de R\$ 3,35 milhões e prevê intervenções, conferências e quinquênios em toda a frota dos trens.



Teve início, no dia 24/02, o treinamento de defesa pessoal oferecido pela Trensurb aos agentes da segurança metropolitana. O curso terá duração de três meses. Ao fim desse período, novas turmas ingressarão dando continuidade à capacitação dos seguranças.

Desde 23/02, duas composições de oito carros – cada uma formada por dois trens série 100 acoplados –, operam nos horários de pico, entre as estações Sapucaia e Marquês. A partir do dia 16/03, uma terceira composição de trens acoplados começará a circular.



Os novos versos, selecionados pela Coordenação do Livro e Literatura de Porto Alegre no concurso cultural 'Poemas no Ônibus' em 2014, estão nas composições da frota original. Cada um dos carros dos 25 trens série 100 conta com dois poemas afixados em seu interior.

Conexões Organizacionais



Da esquerda para a direita: Bruna Torres, Adriana Schilling, Paulo Braga, Gabriele Lanson, Thany Gasot, Patrícia Bittencourt, Priscilla Macedo e Sabrina Lechner. Também trabalha no setor: Maíara Gans

Trabalho em conjunto

Unidade organizacional? Setor de Administração de Contratos (Seaco).

Quem faz? A equipe possui nove membros: duas administradoras, um assistente de gestão, duas técnicas em gestão, duas assessoras e duas estagiárias, sendo uma de administração e outra de gestão financeira.

O que faz? O Seaco possui duas atribuições e atividades bem distintas. Uma delas está focada na orientação aos gestores quanto aos projetos básicos, controles e obrigações contratuais. A revisão dos editais e contratos e cálculos de reajustes ou repactuações, quando previstos em contrato, também estão incluídos nas atividades do setor. Além disso, os empregados do Seaco também publicam os contratos no Diário Oficial da União e incluem as informações que abastecem o Portal da Transparência.

Outra parte do setor está focada em **pagamentos dos contratos e pedidos de compras**, conferir as faturas antes do pagamento para garantir a exatidão dos valores e o cumprimento das demais exigências, além de verificar as documentações exigidas, solicitar e conferir os atestados dos gestores. "Trabalhamos diretamente com os gestores porque eles acompanham a execução dos contratos e nós trabalhamos de forma administrativa", explica a chefe do Seaco, Sabrina Nogueira. Ela diz ainda que o setor também avisa aos gestores sobre ven-

cimentos de contratos, possíveis alterações e medidas que devem ser tomadas por mudanças na legislação.

Como faz? Todas as áreas da empresa demandam processos ao Seaco, contudo, os principais são a Comissão Permanente de Licitação (Copl) e o Setor de Compras (Secom). "Quando há necessidade de análise de editais ou quando é homologado o resultado de alguma licitação são encaminhados processos ao Seaco", explica Sabrina. "As notas e pedidos de compra passam por aqui para que informemos a qual contrato pertencem. Verificamos *saldos e objetos dos contratos*, analisamos se há documentações necessárias e encaminhamos para os demais setores", pontua a chefe do setor. Ela relata ainda que, em análise de processos, tudo o que for relativo aos contratos passa pelo Seaco numa gestão "macro" dos contratos de *despesas da empresa*, desde a análise do pedido do gestor ou da empresa contratada. "Se não existisse o Seaco, esse trabalho deveria ser feito por todos os gestores. O problema é que a empresa é muito grande e nem todo mundo possui todas as informações necessárias. Por isso temos uma área que concentra todas as informações de contrato e que tem a capacidade de orientar quem tiver dúvidas", diz Sabrina Brasil.

Onde fica? Localizado no quinto andar do prédio administrativo.

Perfil



Retrato de uma piloto dos pampas

Raquel Krumberg de Silveira Barbosa, de 35 anos, atua como operadora de trens desde 2010. Ingressou na Trensurb em 2008, como assistente operacional, seu primeiro emprego.

O trabalho como operadora rendeu a Raquel uma chance de ser personagem em uma matéria da revista *Clássica*, da Editora Abril. Na série de reportagens "Retratos da mulher brasileira", eram contadas histórias de mulheres cujas profissões são desempenhadas majoritariamente por homens. Essas pessoas eram selecionadas pelas cinco regiões do país e a entrevistada foi escolhida para ser a representante do sul. De acordo com Raquel, a oportunidade foi interessante: "O repórter e o fotógrafo ficaram me seguindo pelo trabalho para ver como era. Foi assim por dois dias.

Achei muito divertido, porque não é uma coisa que acontece sempre".

Raquel mora em Sapucaia, mas nasceu em Esteio. Hoje, ela vive com seu marido e dois filhos, gêmeos de 10 anos. Seus principais momentos de lazer ainda conectam-se com a Trensurb: operadora gosta muito de participar das atividades do departamento de tradições gaúchas Trilhos da Tradição, pois diz sentir orgulho. "Se não desajo mais, porque meu marido não gosta muito", comenta aos risos.

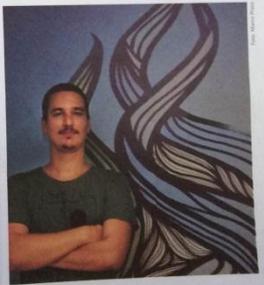
Cultura

Grafite e ilustrações invadem a biblioteca

A Biblioteca Livros sobre Trilhos, na plataforma de embarque da Estação Mercado, recebe a exposição *Entre Linhas e Painéis* até 28 de maio. Os grafites e ilustrações do artista carioca Alexandre Maia e Pádua, formado em design pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de Porto Alegre, ocupam as paredes do espaço cultural.

Alexandre produz seus desenhos com marcadores no estilo Posca (caneta de tinta pigmentada a base d'água), além de tinta acrílica em pincel e spray, utilizados em paredes, telas e papéis. "Tento fazer uso desses materiais simultaneamente, até mesmo em uma única arte quando possível. O resultado disso é a possibilidade de se trabalhar em diferentes formatos e dimensões", explica o artista.

Para ele, o fato de os painéis ficarem na biblioteca é uma experiência interessante. "Me agrada muito por ser um ambiente onde os passageiros da estação, as pessoas que estão em seu caminho comum, têm a chance de buscar e receber informação, cultura e lazer. Fazer parte disso deixaria qualquer um lisonjeado", pontua.



Em Foco

A força da mulher metroviária

