

# Vera Giangrande: uma história de encantamento\*

*Maria Cristina Gobbi\*\**

*Aparecida Ribeiro dos Santos\*\*\**

*Lana Nascimento Santos\*\*\*\**

## Resumo

Pretende-se nesse estudo relevar o papel da mulher no âmbito da comunicação social a partir da figura de Vera Giangrande e sua atuação marcante para o desenvolvimento das relações públicas no Brasil. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, delineando a trajetória profissional de Vera e a sua efetiva participação na área.

**Palavras-chave:** ombudsman, relações públicas, Vera Giangrande

## Resumen

Pretende-se en el estudio relevar el papel de la mujer en el ámbito de la comunicación social a partir de la figura de Vera Giangrande y su actuación para el desarrollo de las relaciones publicas en Brasil. La metodología utilizada fue la investigación bibliográfica, delineando la trayectoria profesional de Vera y su efectiva participación el la área.

**Palabras-clave:** ombudsman, relaciones publicas, Vera Giangrande

## Abstract

This study show the relative importance of woman in the Social Communication area, starting with Vera Giangrande and her strongest realization in the development of Public Relations on Brazil. The methodology used in this bibliographic research shows Vera professional career and her contributions to the area.

**Keywords:** ombudsman, public relations, Vera Giangrande

---

\* Texto apresentado no VI Celacom - Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-americana de Comunicação. Faculdades Adamantinenses Integradas, Adamantina (SP), outubro de 2002

\*\* Professora da UMESP, editora do JBCC. *E-mail: mcgobbi@zaz.com.br*

\*\*\* Professora da FAENAC. *E-mail: nush@uol.com.br*

\*\*\*\* Professora da UMESP e da UniFIAM. *E-mail: lanacns@hotmail.com*

## Introdução

O papel da mulher sempre foi dicotômico na história da humanidade – ora era vista como a sedutora Lilith, ora como a maternal Maria. Por séculos foi representado pelo sagrado e pelo profano, por santas como Teresa D'Ávila, que apesar de extremamente culta e com pensamentos à frente de sua época imortalizou-se pela santidade, ou pela sedutora Lucrecia Bórgia, que também era uma mulher instruída, mas devido a seu comportamento lascivo imortalizou-se pelo seu lado profano.

No decorrer dos séculos cada vez mais parecia ficar difícil para a mulher ter um outro papel, construir-se socialmente longe der1w[6.2ael,ceiameila

i

cChiquinhu

mas

Sua paixão pelos livros a levou, aos 16 anos de idade, ao curso de biblioteconomia da Escola de Filosofia Sede Sapientiae.

Em busca de sua independência Vera montou um “café” chamado Crema Café, no centro de São Paulo. Posteriormente, transformou-se em um restaurante. No ano de 1958 foi secretária de Modesto Roma, vice-presidente do Santos Futebol Clube.

Mas, como afirma Volpi em seu livro, “a vida profissional de Vera só começou a deslanchar quando foi apresentada à Comunicação Social” (Volpi, 2002: 21). Iniciou seu contato com a área trabalhando numa revista médica respondendo a cartas dos leitores e fazendo revisão.

Vera era uma mulher típica da revolução feminina que acreditava na realização da mulher como profissional – daí sua opção por permanecer solteira quando foi pedida em casamento, pois como a condição era a de abandonar o trabalho. Não aceitou.

Em 1967, casou-se com João Zibel, mas seu casamento durou 6 meses. Decepcionada, optou pela carreira ao casamento. Carreira esta que lhe traria muitas glórias.

Tinha aptidão para a escrita. “Alguns de seus sonhos e interpretações estão reunidos no inacabado *Livro dos sonhos de Vera*” (Volpi, 2002: 28).

Em 1967, assumiu o cargo de gerente de uma multinacional, sendo a primeira mulher a ocupar tal cargo.

Seu primeiro trabalho na área da Comunicação Social foi como redatora de Propaganda das empresas Colgate Palmolive. Para a área de Relações Públicas foi quase um salto. Quando de sua saída da Colgate, por indicação de um amigo, foi para a J. Walter Thompson, contava então com 30 anos.

#### Vera Giangrande: o pioneirismo nas Relações Públicas

Segundo Volpi, 2002, em *Na Trilha da Excelência. Uma lição de Relações Públicas e encantamento de clientes*, editado pela Negócios Editora, que retrata a vida de Vera Giangrande, a história das Relações Públicas e da função de ombudsman, no Brasil, não pode ser contada sem que o nome de Vera Giangrande seja lembrado. Para ambas as atividades, que coincidem no objetivo de promover a aproximação e o relacionamento ético e duradouro entre duas partes, Vera deu valiosas contribuições, a começar pelo pioneirismo e pela batalha constante em busca da ética profissional. São justamente esses pontos que este artigo pretende abordar.

Para Lima (2001), há de se relevar que com a chegada das novas tecnologias o cenário das comunicações altera-se significativamente, pois passa a oferecer recursos diferenciados e novos, fomentando e acelerando o processo cultural e comportamental dos relacionamentos externos e internos das empresas.

Notícias via satélite pela rede de computadores, Internet e Intranet, a explosão da informação em nossa rede cotidiana, a crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos e o crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim, tudo parece indicar que há toda uma cultura comunicacional em transformação.

No cerne de toda esta metabolização encontra-se o consumidor ou o usuário que passou a ter canais de organização ampliados. Essa ampliação fez-se acompanhar de um grande amadurecimento do consumidor brasileiro em relação à conscientização sobre os seus direitos.

*A partir do início de sua carreira, em 1961, Vera passou não só a decifrar os meandros do segmento mas a defendê-lo, unindo-se ao grupo que vinha lutando pela consolidação da profissão de relações públicas no país. Na época, não havia bacharéis na área, mas a Associação Brasileira de Relações Públicas – ABPR, criada em 1954, já impunha critérios rigorosos para aceitar seus ‘sócios titulares’ (Volpi, 2002: 42).*

Em busca de um aprimoramento cada vez mais amplo, Vera concluiu os cursos de jornalismo e psicologia social e infantil em meados dos anos de 1960.

Seu empenho e dedicação renderam o respeito e a consideração dos colegas que a consideravam uma *expert* em comunicação. A visão do profissional de relações públicas que Vera defendia, extrapolava a mera definição. Para ela, o profissional deveria “ter a habilidade para interpretar as mudanças do mercado – classificadas como ameaças ou oportunidades – e para conduzir a empresa de forma a tirar proveito delas, zelando por sua reputação e criando condições de venda” (Volpi, 2002: 42).

Mas o preconceito estava presente: o mercado oferecia poucas opções para as mulheres em termos profissionais. Embora assumindo o cargo de gerente da Thompson, em 1962, com carta branca no departamento, Vera não pôde ser registrada como gerente. José Kafuri, então vice-presidente da organização, lhe confidenciara que tal restrição devia-se “ao fato de não haver mulheres ocupando cargos de comando na agência em todo o mundo até então” (Volpi, 2002: 46).

Com a Lei Federal nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, o então presidente da República Costa e Silva sancionou a lei que disciplinava a profissão de relações públicas, assegurando o registro aos profissionais que comprovassem o exercício da atividade por um período mínimo de dois anos. “Vera estava entre esses profissionais que, sob o título de ‘provisionados’, somavam cerca de quatrocentas pessoas legalmente aptas” (Volpi, 2002; 47).

Na década de 1960 Vera apresentou a tese “Relações educacionais em nível universitário como mística de entrosamento aos interesses de governo, trabalho e capital”. O trabalho lhe rendeu prêmio internacional, entregue na 6ª Conferência Interamericana de Relações Públicas, no ano de 1965, em Montevidéu, no Uruguai.

Em 1968, então com 37 anos de idade, Vera Giangrande tornou-se a primeira mulher no mundo a ocupar o cargo de gerente de Relações Públicas no setor farmacêutico, na empresa norte-americana Squibb, com subsidiárias espalhadas por 48 países. Ela permaneceu na empresa por cinco anos.

E 1973, o amigo Antônio de Salvo abriu a agência ADS, oferecendo a Vera o cargo de diretora, iniciando desta forma um relacionamento que culminaria em uma sociedade. “A parceria não deu certo, mas eles trabalharam juntos por dois anos” (Volpi, 2002: 54).

A Inform Consultoria de Relações Públicas nasceu da sociedade entre Vera e Carlos Eduardo Mestieri, em agosto de 1975. Essa sociedade durou 17 anos, sendo considerada a maior agência nacional de relações públicas, com quarenta funcionários e trinta clientes, e a terceira em atividade no país.

Em 1981 ganhou o Prêmio Opinião Pública, na categoria Eventos Especiais – Iniciativa Privada, entregue pelo Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas – Região de São Paulo e Paraná - Conrerp – SP/PR. Dois anos após foi eleita presidente da entidade. Ela também presidiu o Conselho Federal de Relações Públicas – Conrep, no triênio 1986/1988; e o Capítulo Brasileiro da Associação Internacional de Relações Públicas – IPRA, nos períodos de 1980 a 1982 e 1989 a 1991.

Dentre outras atividades, ocupou a diretoria da Associação Brasileira de Relações Públicas – ABRP, foi membro-fundadora da Associação Brasileira de Empresas de Relações Públicas – Aberp e do Sindicato Nacional das Empresas de Comunicação – Sinco.

Por mais de 10 anos foi professora de Relações Públicas na Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP e na Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM.

A professora Vera não perdia a oportunidade de ensinar aos seus alunos a diferença entre o bom e o mau profissional de relações públicas. Ela afirmava que no âmbito das Relações Públicas há dois aspectos

Para o Grupo Fenícia, a Inform trabalhou na expansão das Lojas Arapuã. Vera também foi responsável pelo projeto Memória Vera Cruz (estúdio que na década 1950 produziu filmes em escala industrial). Graças a esse trabalho, o acervo não foi apagado da memória nacional.

No dia 3 de julho de 1989, Vera foi a primeira mulher rotariana do Brasil. “O tradicional reduto masculino de profissionais e empresários de sucesso foi obrigado a reconhecer que possuir atributos como honestidade no trabalho e empenho para melhorar a sociedade não era privilégio exclusivo dos homens” (Volpi, 2002: 81).

Vera foi a 2ª Secretária em 1990/1991 e Secretária em 1991 a 1992. Foi presidente de 1993 a 1994, sagrando-se também uma das primeiras mulheres a chegar à presidência do Rotary.

### O aspecto polifônico da Comunicação

“Saber ouvir, o segredo da comunicação. Nós, latinos, somos ótimos em falar, falar, falar, falar. É preciso contrariar um pouco a latinidade e passar a ouvir, ouvir e ouvir. Aí, sim, saberemos atender, por que o grande segredo do atendimento é este: saber ouvir”.

Saber ouvir, portanto, era para Vera Giangrande o segredo da comunicação, o que nos remete à etimologia da palavra comunicação, que significa compartilhar, tornar comum, em um processo comum e participativo. O saber ouvir outorga ao outro o direito da palavra, dando-lhe voz. Quando sabemos ouvir permitimos que o jogo polifônico, dialógico se instaure e se comungue em objetivos comuns ou não.

*A noção de comunicação resolve uma multiplicidade de sentidos, Isso vem sendo assim há muito, a proliferação da tecnologia e a profissionalização das práticas acrescentaram novas vozes a essa polifonia, num final do século que faz da comunicação uma figura bem emblemática das sociedades do terceiro milênio (Mattelart e Mattelart, 1999: 9).*

O consumidor, hoje, faz parte dessa polifonia, pois passou a ter voz e direitos. Isso ocorreu em grande parte graças ao trabalho de Vera Giangrande como Relações Públicas e Ombudsman, a partir do momento que atuou com uma habilidade comunicacional polifônica: a comunicação bidirecional em detrimento da unidirecional, fazendo com que as relações entre empresa, instituição e consumidor nunca mais fossem as mesmas.

*A meu ver, quem quer conseguir a excelência na comunicação deve, por um lado, ser levemente pirado, um tanto quanto neurótico, neurose em pequenas dose é ótimo, é pimenta. Por outro lado, deve estar motivado. Eu diria que a motivação às vezes substitui com vantagem a neurose (Vera Giangrande).*

### Ombudsman

*Ombudsman* é uma palavra sueca comum de dois gêneros e tem como principal significado, designar o profissional treinado para ouvir queixas e providenciar soluções (Na língua sueca, *man* significa ser humano e não homem, como no inglês. Portanto, não há a flexão no feminino ombudswoman).

O primeiro ombudsman de que se tem notícia no mundo apareceu em 1809 no Parlamento da Suécia. Em 1940, a ONU (Organização das Nações Unidas) recomendou a prática aos países-membros.

No Brasil, a primeira foi Maria Lúcia Zulszke, que a partir de 1985 exerceu a função na Rhodia.

Em 1986, ouviu-se falar pela primeira vez a palavra *ombudsman* no Brasil, quando a prefeitura de Curitiba implantou a novidade. O termo se popularizou, quando o jornal *Folha de S. Paulo* indicou um dos seus jornalistas para ser o representante do leitor.

Os profissionais mais populares da virada do início dos anos de 1990 eram Caio Túlio Costa, que defendeu os leitores da *Folha de S. Paulo* entre 1989 e 1991, e Mário Victor Santos, que o sucedeu (Volpi, 2000: 128).

Estima-se que no Brasil existam, hoje, em torno de 300 *ombudsman*. No início, estavam restritos à área privada. Atualmente, são chamados de ouvidores – nome dado aos juizes das capitânias hereditárias do Brasil colonial.

### Ombudsman do Grupo Pão de Açúcar

Aos 62 anos, Vera tornou-se um dos primeiros *ombudsman* do Brasil. Assumiu o posto em 3 maio de 1993 no grupo Pão de Açúcar, auxiliada por uma equipe de dezoito funcionários: uma pioneira entre profissionais do ramo no Brasil. O trabalho de Vera popularizou e ajudou a reconhecer a atuação do *ombudsman*.

Os Serviços de Atendimento ao Consumidor – SAC se proliferaram no Brasil a partir de 1990, com a criação do Código de Defesa do Consumidor. Esse departamento, inicialmente, era visto pelas empresas como uma central de reclamações e de custos. As reclamações que chegavam eram, em grande maioria, fruto do mau atendimento por parte dos funcionários. Para Vera, o setor deveria priorizar a qualidade humana no serviço.

Vera inaugurou uma nova fase dessa profissão no Brasil. Como afirma Volpi, nos parâmetros estabelecidos pelo Grupo Pão de Açúcar, em que a figura do *ombudsman* atua junto ao presidente da empresa e tem carta branca para questionar todos os departamentos em favor do consumidor, a atividade ainda está no começo (2002: 187). Para Ana Maria Diniz (filha de Abílio Diniz), a proximidade de Vera foi fundamental para o seu crescimento profissional. Tamanha era a integração entre as duas que Vera recebeu da executiva do Pão de Açúcar o título de “segunda mãe”.

Entre outras marcas de Vera, estão os resultados de seu departamento. Nos sete primeiros anos de existência do Grupo de Representação do Consumidor – GRC, todas as reclamações foram respondidas. Para Vera seu trabalho pode ser explicado como:

*Basicamente, o trabalho é o de ouvir o cliente, seja para uma sugestão ou reclamação, e registrar esses contatos e tentar solucionar o problema para satisfazê-lo ou encantá-lo. A ombudsman não pode e não deve ser reordenada ou treinada. Só merece castigo quem não quer corrigir o erro – seja fornecedor ou funcionário.*

*O contato com o cliente, e o que eu ouço dele, ajuda a modernizar a empresa e ir ao encontro da expectativa do consumidor. A relação com o fornecedor também é extremamente agradável, principalmente quando trabalhos de mãos dadas para encantar o cliente.*

*Com o risco de me acharem pretensiosa (acho até que passei da idade para isso), digo que criei um modelo na área de Relação Públicas. Todos sabem disso, agora estou criando um modelo na área de ombudsman e aí eu pergunto quantas vezes uma pessoa tem a chance de criar dois modelos bem sucedidos em sua vida profissional.*

Desta forma,

*Com sua credibilidade, ela calou os críticos que diziam que a instituição do ombudsman na empresa privada era uma jogada de marketing. Seu estilo me lembrava o ex-governador Mário Covas: defendia seu ponto de vista com firmeza e muito caráter* (Edson Vismona, presidente da Associação dos Ouvidores/Ombudsman).

Vera Giangrande na Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação

As atividades acadêmicas sempre receberam de Vera Giangrande atenção especial. Em 1999, o professor José Marques de Melo sugeriu o nome de Vera para integrar a equipe consultiva da Cátedra Unesco de Comunicação, como representante dos setores profissionais da comunicação.

A Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, está sediada desde 1996 na Universidade Metodista de São Paulo. Esse espaço acadêmico foi constituído com a finalidade básica de estimular o intercâmbio entre o mundo acadêmico e os setores empresarial e profissional. Existem atualmente 26 Cátedras Unesco de Comunicação em todo o mundo, que formam uma rede chamada Orbicom – World Network of Unesco Chairs in Communication. Dessas, seis estão localizadas na América Latina: Brasil, Colômbia, México, Uruguai, Chile e Peru.

Voltada para os propósitos de formação, no contexto universitário e na prática profissional, de pesquisadores e estudiosos da comunicação, a Cátedra Unesco/Umesp desenvolve suas atividades tendo por base o tripé que caracteriza o aprendizado, ou seja: ensino, pesquisa e extensão. Isso tem permitido o desenvolvimento de um núcleo permanente de reflexão e ações sobre políticas de comunicação.

Descrito esse cenário global e ao mesmo tempo regional onde está inserida a Cátedra Unesco/Umesp, podemos dizer que ela vem atuando como uma instituição articuladora e incentivadora dos processos comunicacionais ocorridos no Brasil nos últimos anos. A busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir um espaço mais ou menos homogêneo, eleva a possibilidade de ações conjuntas e complementares nas áreas comunicacionais, tanto locais quanto regionais. O desafio desta

transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras geoculturais e visualizar um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional.

É neste sentido que as ações desenvolvidas pela Cátedra Unesco/Umesp tem buscado consolidar e privilegiar o ensino, a pesquisa e a extensão. Vinculadas a instituições de ensino, essas instituições beneficiam as regiões onde se encontram através da valorização do trabalho de pesquisa e do desenvolvimento científico.

A Cátedra Unesco/Umesp instalada no campus Rudge Ramos da Universidade Metodista de São Paulo tem como titular o Professor José Marques de Melo. Conta também com diversas equipes de apoio às atividades realizadas. Vera Giangrande integrava a equipe consultiva do Comitê Acadêmico, juntamente com outros pesquisadores e profissionais.

A posse deste Comitê ocorreu às 14 horas do dia 30 de agosto de 1999, quando se reuniram na Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional o reitor da Universidade Metodista de São Paulo, Prof. Dr. Davi Ferreira Barros, e os representantes do segundo Comitê Acadêmico pelo período de três anos (1999 – 2002): o Diretor Científico Prof. Dr. José Marques de Melo (UMESP), os Diretores-Adjuntos Prof. Dr. Isaac Epstein (UMESP), Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sandra Reimão (UMESP) e as seguintes personalidades: Prof. Dr. Gustavo Jacques Dias Alvim (UNIMEP), Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Marialva Barbosa (UFF), Prof. Dr. Pedro Gilberto Gomes (UNISINOS), Sr. Sival Itacarambi Leão (*Imprensa*) e Sra. Vera Giangrande (Grupo Pão de Açúcar). Assim Dona Vera fez parte da história da Cátedra Unesco/Umesp.

Publicação de Vera Giangrande

DE ÂNGELO, Cláudio Felisoni; GIANGRANDE Vera. *Marketing de Relacionamento no Varejo*. São Paulo: Atlas, 1999.

“A obra trabalha em três dimensões: as qualificações da mão-de-obra e o treinamento, os métodos e sistemas para melhorar o atendimento e avaliação e mediação do desempenho do atendimento. Combina textos mais analíticos com outros que reportam importantes experiências relacionadas ao setor”.

## Considerações Finais

Vera Giangrande faleceu no dia 22 de agosto de 2000, com 69 anos e de malas prontas, a caminho do Rio Grande do Sul, onde cumpriria mais uma agenda de palestras. Faleceu dentro do ônibus de uma companhia aérea, na pista do aeroporto de Congonhas.

Jornais de todo o Brasil renderam-lhe homenagens, muitas prestadas pelos amigos, dentre as quais destacam-se os tributos feitos pelo Professor José Marques de Melo, seu amigo pessoal e titular da Cátedra Unesco, e pelo empresário Abílio Diniz.

*“Vera Giangrande faleceu emblematicamente na arena de trabalho. Preparava-se para cumprir missão profissional em Porto Alegre, quando um enfarto a surpreendeu no aeroporto de São Paulo antes do embarque. Esse seu perfil batalhador, inerente a uma personalidade vibrante e responsável, despertava o interesse da mídia pelas atividades que desempenhava. Ela se convertera numa estrela midiática. Eram freqüentes suas aparições na imprensa, no rádio, na televisão, em anúncios publicitários e outdoors. Foram muitas Veras e todas eram, verdadeiramente, relações públicas.”* (Marques de Melo, 2000: 257).

*“Se havia uma unanimidade na Companhia Brasileira de Distribuição (CBD), era Vera Giangrande. Nós não nos atrevemos a sair em busca de alguém para substituí-la como ombudsman. Não conseguimos forças para romper essa inércia e quase chegamos a acreditar em pessoas insubstituíveis”* (Abílio Diniz).

Palavras para descrever Vera Giangrande não faltam. A homenagem do Grupo Pão de Açúcar e de todos os seus funcionários, em anúncios de página inteira publicada em 24 de agosto de 2000 nos jornais *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *Diário Popular*, reflete o sentimento de carinho por Vera Giangrande e o reconhecimento pelo legado que ela deixou. O texto publicado foi o seguinte:

***A partir de hoje, o céu vai ser um lugar melhor para se morar***

*Hoje cedo, quando Deus foi abrir a porta do céu, Dona Vera estava lá. Olhando tudo, observando, querendo saber, perguntando e ouvindo todos. E quando alguém lhe disse :*

*- Mas, Dona Vera, aqui é o Paraíso! - ela provavelmente respondeu:*

*- Tudo bem, mas, se der para melhorar, a gente melhora.*

*E nós que ficamos aqui sem ela, sentimos um vazio, um nó na garganta, uma saudade grande. E só deixamos transparecer nossa tristeza porque Dona Vera não está mais aqui. Senão ela ia dizer:*

*- Que cara é essa, gente? Vamos pra frente, consumidor não gosta de cara triste, bota um sorriso nesse lábio e vamos fazer melhor.*

*Tá bom, Dona Vera. A gente vai chorar por dentro e sorrir por fora, mas só vamos fazer isso porque já faz parte da gente sua alegria de encantar a todos e também porque sabemos que as suas idéias nunca vão morrer.*

#### Referências Bibliográficas

ACERVO da Escola Latino-Americana de Comunicação. Disponível na Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação, na Universidade Metodista de São Paulo.

DINIZ, Ana Maria. Vera Giangrande uma revolução no pão de açúcar. IN: *Revista Extra* setembro/outubro, n. 4, p. 39.

LIMA, Venício. *Mídia: teoria e prática*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MATTELART, A e MATTELART, M. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

MARQUES DE MELLO, José. O legado emblemático de Vera Giangrande. IN: *Comunicação & Sociedade* nr. 34. São Bernardo do Campo: Umesp, 2000.

VOLPI, Alexandre. *Na trilha da excelência. Uma lição de Relações Públicas e encantamento do cliente*. São Paulo: Negócio Editora, 2002.