

## RP Gol - As Relações Públicas na Rede<sup>1</sup>

Heitor Marques GARCIA<sup>2</sup>

Daniel Dias de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Noele Santos OLIVIER<sup>4</sup>

Ricardo Correia MARCONDES<sup>5</sup>

Mylene YANAME<sup>6</sup>

Karyne QUEIROZ<sup>7</sup>

Karoline CAVALCANTE<sup>8</sup>

Vagner Novaes TRANCHE<sup>9</sup>

Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo, SP

### RESUMO

Divulgar o que acontece na área das Relações Públicas por meio de uma linguagem jovem, dinâmica e descontraída. Esta foi a proposta do programa de rádio “RP Gol – As Relações Públicas na Rede”, uma produção realizada no segundo semestre de 2012 e transmitida pela “Rádio Código”, rádio *web* universitária mantida pelos cursos da área de Comunicação Social da Universidade Cruzeiro do Sul. O programa contou com uma fórmula simples e eficiente: informação, entretenimento e o melhor da música popular brasileira, tudo para promover a atuação das Relações Públicas no Brasil e no Mundo. Toda pesquisa, produção e trabalhos técnicos ficaram por conta dos alunos do curso que puderam experimentar a eficiência da linguagem radiofônica aliada ao poder da rede mundial de computadores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Relações Públicas; Comunicação Institucional; Aprender na Prática; Comunicação Dirigida; *Web* Rádio Universitária.

### 1- INTRODUÇÃO

O constante avanço da tecnologia e as disposições criadas pela chamada economia da informação levam cada vez mais os profissionais da comunicação a experimentar novas ferramentas de diálogo com os seus públicos de interesse. De acordo com os pesquisadores

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Produto de Comunicação Institucional Radiofônico.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações (2012), email: heitor-garcia@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações (2012), email: danielw.business@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações (2012), email: noele\_olivier@hotmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações (2012), email: correiamarcondes@hotmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações (2012), email: mika\_yaname@hotmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações (2012), email: ka.queiroz@hotmail.com

<sup>8</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações (2012), email: karolinecavalcante@hotmail.com

<sup>9</sup> Orientador do trabalho. Professor de Projetos Interdisciplinares do Curso de Relações Públicas da Universidade Cruzeiro do Sul, e-mail: vagner.tranche@cruzeirosul.edu.br.

norte-americanos Carl Shapiro e Hal Varian (1999), “a tecnologia é a embalagem que permite entregar a informação para os consumidores finais”. Nos dias atuais a comunicação em rede, fruto da tecnologia, está cada vez mais forte, pois é mais veloz e acessível, o que faz com que formatos mais tradicionais de comunicação como o jornal impresso ou filmes em suportes como cds e até mesmo os modernos *Blue Rays*, sejam ameaçados levando os grupos jornalísticos e empresas distribuidoras a repensarem a forma de contato com os seus consumidores. Hoje em dia o problema não está no acesso à informação e sim na sua oferta com qualidade.

O profissional de Relações Públicas, por sua vez, está inserido neste processo de adaptação e deve, cada vez mais, buscar formas e formatos de atuação dentro da perspectiva de um trabalho de comunicação integrada com as outras áreas profissionais da comunicação.

Os cursos superiores, por sua vez, devem entender que o grande desafio de uma faculdade de comunicação está na responsabilidade de formar profissionais com competências reflexivas e práticas que atendam as novas exigências do mercado. Visando o compromisso com a formação dos futuros profissionais, o corpo docente da Universidade Cruzeiro do Sul lançou um trabalho inovador que possibilitou o contato dos alunos de Relações Públicas com saberes e práticas antes exploradas apenas pelos cursos de Rádio, TV e Internet e Jornalismo: o lançamento de um programa de rádio para ser veiculado pela rede mundial de computadores, com o propósito de difundir informações específicas da área das Relações Públicas, aproveitando o momento de convergência dos meios.

“Os aspectos da evolução do rádio mostram que a convergência dos meios de comunicação de massa para formato multimídia é um processo em andamento: a transmissão de rádio ao vivo na internet, a compressão digital que permite a criação de arquivos sonoros mp3 online e os padrões de transmissão terrestre ou via satélite de áudio digital (serviços de áudio e de dados) são tecnologias acessíveis a milhares de usuários na virada para o século XXI.” (MOREIRA e DEL BIANCO apud PRADO 2012, p.461)

No ano de 2011, os cursos da área da comunicação social da Universidade Cruzeiro do Sul conquistaram um importante canal de diálogo com a comunidade interna e externa da instituição, a Rádio Código. Por meio do endereço eletrônico [codigo.radio.br](http://codigo.radio.br), o internauta de qualquer parte do mundo tem acesso à programação desenvolvida pelos alunos da instituição. Como informado anteriormente, a programação da *rádio web*

universitária era produzida apenas pelos discentes do curso de Rádio, TV e Internet e Jornalismo.

Em 2012, o convite para produção foi estendido aos demais cursos da comunicação e o desafio foi aceito. A princípio, a ideia era aproveitar algumas análises de casos de Relações Públicas desenvolvidas pelos alunos no 3º semestre do curso, adaptando-as para o formato radiofônico, mas algumas dúvidas surgiram: A ideia será bem aceita? Qual é o melhor caminho? Qual a linguagem que deve ser utilizada para chamar a atenção não só de pessoas que já conhecem a área das Relações Públicas, mas também ouvintes que buscam outras informações?

Diante destas perguntas, a coordenação do curso promoveu uma sondagem junto aos alunos e acatou a sugestão de utilizar uma linguagem “futebolística” para mostrar os “grandes lances” dos profissionais que já atuam no mercado. Foi sugerido um quadro de mais ou menos 5 minutos chamado “RP Gol”. A ideia foi adotada prontamente pelos alunos e em pouco tempo o trabalho ganhou novas proporções e se tornou um programa de 60 minutos que contou com 10 edições, transmitidas durante o segundo semestre de 2012.

Conceitos aplicados à comunicação institucional foram trabalhados pelo corpo discente ao idealizarem os vários processos de produção: da escrita do roteiro à divulgação para os públicos de interesse. O projeto alcançou uma audiência antes não experimentada pela Rádio Código: cerca de 1500 ouvintes em uma única edição do programa.

Neste artigo, será apresentado um pouco da edição que alcançou esta proeza. Trata-se do programa desenvolvido pela “Inspira Assessoria de Comunicação”, uma agência experimental de Relações Públicas composta por alunos que na ocasião estavam no 4º semestre do curso de Relações Públicas.

## **2- OBJETIVO GERAL**

O projeto “RP Gol – As Relações Públicas na Rede” teve como objetivo oferecer aos alunos do curso de Relações Públicas a oportunidade de aliar teoria e prática utilizando fundamentos da comunicação institucional, apresentando os conhecimentos e informações da profissão por meio de um programa radiofônico, transmitido via rede mundial de computadores para todo o Brasil, bem como, proporcionar ao discente a oportunidade real de gerir conteúdos e trabalhar os conhecimentos de comunicação dirigida com seus públicos de interesse.

## 2.1- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimular a pesquisa nos meios de comunicação sobre a profissão de Relações Públicas.
- Possibilitar o contato com profissionais já conceituados na profissão.
- Apresentar novas técnicas e ferramentas de comunicação para a inovação das ações no setor.
- Evidenciar o curso e a profissão de Relações Públicas para a comunidade interna e externa da Universidade Cruzeiro do Sul por meio das novas tecnologias da comunicação.
- Desenvolver competências para a redação e a expressão oral.

## 3- JUSTIFICATIVA

O curso de Relações Públicas da Universidade Cruzeiro do Sul estabelece a prática como principal processo de aprendizagem, corroborando a Metodologia Institucional. Por meio da Metodologia “*Aprender na Prática*”, o processo de ensino e aprendizagem é alcançado, estabelecendo-se um diálogo entre a teoria e a prática, focalizando a ação educativa.

“O *Aprender na Prática* focaliza a ação na participação ativa e crítica do aluno em sua aquisição de conhecimentos práticos e teóricos, em seu desenvolvimento de habilidades e em sua formação de valores e atitudes, processos nos quais os conteúdos necessitam de ser trabalhados de modo a constituírem os fundamentos para que os estudantes desenvolvam as competências necessárias ao exercício profissional e à sua participação crítica na sociedade atual, possibilitando também que ocorra aprendizagem significativa e relevante. Dessa forma, a aprendizagem estará voltada para o desenvolvimento integral do aluno, que será compreendido em sua totalidade e, como um todo, deve desenvolver-se.” (UNIVERSIDADE CRUZEIRO DO SUL, 2004, p.11).

“RP Gol: As Relações Públicas na rede” unificou teoria e prática, atendendo a política educacional e institucional da Universidade Cruzeiro do Sul. Por tratar-se de um projeto interdisciplinar, esta proposta de trabalho exerceu a função de eixo articulador da produção do conhecimento, sendo trabalhado em cada uma das disciplinas envolvidas, servindo como ação aplicada da área, potencializando o aprendizado teórico.

#### **4- MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O programa “RP Gol – As Relações Públicas na Rede” contou com edições totalmente concebidas, produzidas e finalizadas pelos alunos do curso de Relações Públicas. O programa não apresentou uma pauta “fechada”, o que deu aos futuros profissionais a liberdade para pesquisar temas diversos a partir dos quadros pré-definidos na proposta inicial do trabalho.

A participação discente foi efetiva: da escolha da trilha sonora à seleção do entrevistado, do roteiro à gravação. Todas as edições foram direcionadas pelo docente da disciplina Projetos interdisciplinares III e co-orientadas pelos demais professores e disciplinas do curso, que os auxiliaram em questões específicas da produção.

Ao definir o tema da edição, os grupos configurados em “Agências Experimentais” encaminhavam as propostas para análise docente e logo partiam para a pesquisa e produção. Em laboratório de informática, os grupos reunidos dividiam as tarefas por quadros: uma parte da equipe cuidou da redação do quadro “RP Gol”, outra parte cuidou das informações do “Mundo RP” e assim por diante.

Todos os roteiros foram transcritos em formulário específico, oferecendo ao discente a vivência de uma redação para mídia eletrônica, passando, em seguida, por uma primeira revisão realizada por um componente da equipe. Após este processo, o roteiro era submetido aos professores responsáveis pela redação e adequação técnica, que por sua vez faziam os ajustes finais autorizando a produção.

Para os quadros que contavam com entrevistas com profissionais da área, cada agência teve a oportunidade de entrar em contato com o seu convidado para agendar e realizar a entrevista. Como a programação não entrava em rede, “ao vivo”, havia a possibilidade de gravar em estúdio em horários alternativos ou até mesmo, com o auxílio de equipamento fornecido pela instituição de ensino, gravar a entrevista no local desejado pelo profissional convidado.

Todas as músicas escolhidas pelas equipes eram encaminhadas para a sala de produção sonora no dia da gravação dos apresentadores. É importante frisar que os direitos autorais das músicas foram devidamente recolhidos pelo ECAD por meio de negociação contratual da rádio universitária. As gravações dos apresentadores foram realizadas no estúdio acadêmico de rádio, durante a aula Projetos Interdisciplinares III, sob a orientação do professor responsável.

Após este processo, as agências iniciaram a montagem do produto midiático em dias e horários alternativos, podendo dar o seu “toque especial” na edição. Todas as vinhetas e propagandas alusivas ao programa e ao curso também foram desenvolvidas pelos próprios discentes, contando com a equipe de técnicos de estúdio.

Uma vez prontos, os programas eram apresentados aos docentes que analisavam o produto midiático e, após o crivo final, o material era encaminhado para veiculação.

Os programas com duração de uma hora tinham sua *première* às segundas-feiras às 17h e reprises alternativas durante toda a semana. Ao todo foram 10 edições entre os *Campi* São Miguel e Anália Franco da Universidade Cruzeiro do Sul.

## 5- DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

“RP Gol – As Relações Públicas na Rede” foi um programa de rádio semanal veiculado pela Rádio Código no segundo semestre do ano de 2012. Com duração de 60 minutos, o programa contou com um formato popular para atender a demanda de produtos midiáticos da *web* rádio universitária e também divulgar, a partir de uma linguagem jovem, dinâmica e descontraída, informações da área das Relações Públicas.



Figura 1 – Logotipo criado para a identidade visual do programa



Figura 2- Imagem dos integrantes da “Inspira Assessoria de Comunicação”

O programa foi produzido por alunos matriculados no 3º e 4º semestre do curso de Relações Públicas da Universidade Cruzeiro do Sul e teve como proposta fundamental aliar teoria e prática utilizando fundamentos da comunicação institucional. O trabalho também teve o propósito de apresentar os conhecimentos e informações da profissão por meio de um programa radiofônico perante as comunidades interna e externa da instituição. A

fórmula simples do programa gerou uma audiência fiel durante o período de veiculação, que rendeu diversos elogios para as equipes participantes, em especial a “Inspira Assessoria de Comunicação”, uma agência experimental de RP que conseguiu em sua edição uma marca significativa de audiência (cerca de 1500 ouvintes *online*).

Basicamente o programa foi dividido em quatro blocos apresentados pelos próprios integrantes das equipes discentes. As atrações e informações apresentadas no programa foram intercaladas por músicas brasileiras de boa qualidade. Além disso, o programa contou com alguns quadros especiais:

- **Mundo RP – O mundo das Relações Públicas:** Quadro em que os discentes do curso entrevistaram profissionais da área de Relações Públicas, tais como Luiz Alberto de Farias, Vânia Penafieri, Carolina Frazon Terra, Ethel Shiraishi, Angela Fernandes, Samara Xavier, dentre outros. Trata-se de um quadro de entrevistas sobre a profissão, prática e atuação dos Relações Públicas no mercado, abordando temas como:
  - Relações Públicas e relacionamento com a mídia;
  - Relações Públicas e as mídias digitais;
  - Pesquisa em Relações Públicas;
  - Relações Públicas e a sustentabilidade nas organizações;
  - Eventos como estratégia de Relações Públicas.
  - Relações Públicas no Governo;
  - Relações Públicas e o terceiro setor;
  - Relações Públicas no ensino superior;
  - Relações Públicas Estratégicas;
  - Relações Públicas no Senado Federal.
- **Curiosidades:** Neste quadro de aproximadamente 5 minutos, as agências acadêmicas apresentaram suas pesquisas sobre dados curiosos da profissão de Relações Públicas.
- **Piada da Hora:** O humor, quando promovido de forma sadia, torna-se um bom aliado de qualquer programação. Baseando-se neste pensamento e buscando mesclar de maneira harmônica a informação, a música e o entretenimento de qualidade dentro do programa, os alunos desenvolveram um quadro de 1 minuto

denominado “Piada da Hora”. Neste espaço do programa, as equipes interpretaram as chamadas “piadas de salão”, promovendo um humor leve, lembrando o estilo de uma antiga produção da Rádio Globo – “A turma da Maré Mansa”. O quadro era exibido uma única vez por programa.

- **Acontece na Cruzeiro:** A proposta deste quadro era apresentar informações sobre eventos e atividades relacionadas ao curso de Relações Públicas. Na ocasião um dos destaques foi a mostra de arte da SUTACO – Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades, trabalho desenvolvido pelas agências experimentais da própria turma.
- **Quadro RP Gol:** Este é o quadro que deu origem ao programa. Utilizando uma linguagem “futebolística” grandes casos das Relações Públicas foram apresentados para o público, sempre valorizando as propostas globais adotadas pelos profissionais da área em diversas demandas da comunicação organizacional, utilizando jargões presentes nas narrações de partidas de futebol.

O programa escolhido para ilustrar o presente projeto foi ao ar de 08 à 15 de outubro de 2012. Com a duração de 60 minutos tratou de assuntos como Relações Públicas e Sustentabilidade, Consumo da Classe “C” na Bienal do Livro de São Paulo, dicas de estágio, eleições municipais 2012, roteiros culturais, além de informações ligadas ao curso e à Instituição Educacional.

Para completar o trabalho, os alunos desenvolveram junto à disciplina “Práticas de Apoio ao Marketing” um plano de ação para divulgar o programa e a edição em pauta. A agência experimental Inspira em parceria com os demais grupos criaram ações de comunicação digital, dentre elas uma *Fanpage* na rede social *Facebook*. A cada edição, a página era alimentada com novas informações e lembretes sobre os horários da programação. Também foram desenvolvidas ações de comunicação dirigida como intervenções em salas de aula com o apoio de materiais informativos desenvolvidos pela equipe, divulgando a programação para potenciais ouvintes. O cartaz principal foi exposto em locais de grande visibilidade na área de convivência da instituição.



Figura 3- Imagem da *Fanpage* criada para a divulgação do Programa “RP Gol: As relações Públicas na Rede”



Figura 4- Cartaz desenvolvido para a divulgação do Programa “RP Gol: As relações Públicas na Rede”



Figura 5- Flyer para a divulgação do Programa “RP Gol: As relações Públicas na Rede”



Figura 6 – Imagem do *Post* Informativo para Facebook desenvolvido para divulgação do programa da “Inspira Assessoria de Comunicação”

## 6- CONSIDERAÇÕES

O projeto “RP Gol: As Relações Públicas na rede” alcançou os objetivos propostos, levando os educandos a unir teoria e prática a partir de uma experimentação ímpar. O planejamento e produção contextualizada do programa fez uso do conhecimento interdisciplinar aplicado e a sua elaboração atendeu a política educacional “Aprender na Prática” proposta pela Universidade Cruzeiro do Sul.

O trabalho propiciou ao corpo discente um contato maior com a profissão e os profissionais da área e também estimulou a criatividade escrita e a expressão oral, evidenciando o curso perante os públicos de interesse.

O programa teve uma repercussão positiva, tornando-se um dos destaques da *Web Rádio* Universitária no segundo semestre de 2012.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. **Relações Públicas Comunitárias**. São Paulo: Summus Editorial, 2007.

PRADO, Magaly. **Produção de Rádio: Um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil**. São Paulo: Ed. Da Prosa Boa, 2012.

SHAPIRO, Carl. VARIAN, Hal R. **A economia da informação: Como os princípios econômicos se aplicam à era da Internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

UNIVERSIDADE CRUZEIRO DO SUL. **Caderno Aprender na Prática**. São Paulo, 2004.