

EstaRPresente: Um blog multidisciplinar, mas sem perder o foco¹

Ingrid Soares HUMIA²

Aline DEWES³

Julia Schuh dos REIS⁴

Adriano SCHENEIDER⁵

Caroline Delevati COLPO⁶

Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

RESUMO

O EstaRPresente foi criado em março de 2009 pelo estagiários do Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação (Agecom) da Universidade Feevale, inicialmente com o intuito de informar os futuros profissionais de relações públicas sobre as principais notícias, novidades e, ainda, fornecer referências para pesquisas, obras enriquecedoras para o campo, vagas na área, eventos da Universidade Feevale relacionados ao curso, enfim, um blog focado no curso de RRPP e na profissão. Porém, com o passar do tempo e com os feedbacks recebidos pelos visitantes foi percebido que o blog, bem como a profissão em si, jamais poderia estar restringido somente a área de RRPP, pelo simples fato da comunicação ser fruto da interação e ser alimentada por experiências compartilhada. Sendo assim, em 2012 o blog foi completamente reestruturado.

PALAVRAS-CHAVE: blog; agência experimental; relações públicas; comunicação; EstaRPresente.

INTRODUÇÃO

O EstaRPresente (<http://rpresente.blogspot.com.br/>) é o blog criado em 2009 no núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale. Ele nasceu movido pela motivação dos estagiários do núcleo de levarem ao conhecimento público mais sobre a profissão de relações públicas, pois, de modo geral, poucas são as pessoas que realmente entendem sua a função e importância.

A princípio *weblog* era apenas um sistema onde as pessoas relatavam tudo o que achassem interessante na Internet, ou simplesmente, escreviam suas histórias e experiências pessoais, como em um diário mesmo, só que virtual. Esse termo surgiu em meados de 1997, com Jorn Barger e foi destrinchado por Peter Merholz⁷, tornando-se apenas blog. Merholz, inclusive, foi o pioneiro no uso do blog e, em 1999, criou o www.peterme.com, como um complemento aos sites, integrando assuntos diversos como política e humor. (MAGALHÃES, 2010, p.13).

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Blog.

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: ing.humia@gmail.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: alinep@feevale.br

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: juliaschuh@feevale.br

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: adriano-bp@hotmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: carolcolpo@feevale.br

No espaço, originalmente, eram apresentadas notícias pertinentes para a área como futuros congressos e palestras, lançamentos de livros, mudanças no currículo do curso de Relações.

Públicas, textos sobre cada trabalho que um profissional de RRPP pode exercer, entre outras notícias sobre a área. Porém, isso começou a mudar quando os integrantes do núcleo perceberam que a profissão de Relações Públicas é, acima de tudo, pura comunicação e a mesma jamais poderia ser isolada, pois está presente em toda e qualquer profissão.

Foi através dessa percepção que no início de 2012 os estagiários do núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental resolveram ampliar os horizontes do blog EstaRPresente a fim de ser abrangente tal como uma profissão do meio de comunicação deve ser. Além disso, também era necessário que o blog, criado em 2009 e inalterado até 2012, acompanhasse o estado atual do “fazer comunicação” através dos meios de comunicação da Web 2.0, mas, é claro, sem perder a visão e a bagagem que área de Relações Públicas traz para profissionais de comunicação.

O blog foi então para os estagiários do Núcleo de Relações Públicas a ferramenta mais completa e ao mesmo tempo acessível e de fácil usabilidade encontrada para partilhar com a sociedade as informações a respeito da área de RRPP. Porém, foram necessárias mudanças de postura para que ele acompanhasse o desenvolvimento do meio de comunicação.

As novas tecnologias permitiram a erupção dos *self media* entendidos como meios de comunicação usados por uma pessoa ou por um pequeno grupo de pessoas sem dependência de um constrangimento organizacional, institucional ou editorial. O desenvolvimento dos *self media* só foi possível graças à evolução registrada ao nível tecnológico. Um cidadão pode agora ser, não apenas receptor, mas também produtor de informação, com a vantagem de o fazer a custos reduzidos. (RODRIGUES, 2006, p.10)

OBJETIVO

Vendo que o blog EstaRPresente em 2012 não estava dialogando com todas as áreas da comunicação e também não estava acompanhando as mudanças da Web 2.0 os estagiários do núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale decidiram iniciar uma série de mudanças para que o blog começasse a dialogar com as outras profissões do meio de comunicação, mas sem deixar em segundo plano o olhar e o foco na área de Relações Públicas.

JUSTIFICATIVA

No início da vida do blog a grande maioria das postagens eram extremamente focadas

no público de alunos de RRPP, tais como: “*Quarta Edição do Prêmio Relações Públicas do Brasil já está em andamento*”¹, “*Relações Públicas da Refap conversa com alunas do Núcleo de Relações Públicas*”² e “*Margarida Kunsch lança obras fundamentais para a Pesquisa em Comunicação*”³. Pode-se dizer que no seu começo o EstaRPresente, que era alimentado somente por estudantes de RRPP, era um blog de comunicação, mas com a capacidade de comunicar quase que completamente apenas para estudantes de RRPP, potenciais estudantes da área, profissionais formados e, em postagens menos frequentes, alunos de comunicação da Universidade Feevale.



Estilo de postagem extremamente focada do antigo EstaRPresente.

Até o começo do ano de 2012 o EstaRPresente era uma ferramenta de comunicação com a finalidade de publicar informações somente para uma audiência. As coisas foram mudando com a percepção de que essa audiência, antes de serem estudantes de Relações Públicas, eram estudantes de Comunicação, e a Comunicação jamais é limitada. Por isso, foi percebida a necessidade de ampliar os horizontes do blog, de forma a acompanhar as principais tendências em Comunicação, sem jamais esquecer de olhar os fatos com bases na área de RRPP.

Também foi vista a necessidade do blog acompanhar as mudanças na Web 2.0 e as formas como os usuários se relacionavam com o blog. Foi percebido que mesmo o blog tendo anos de existência os usuários o viam como algo estagnado e ultrapassado, tanto pelo seu design quanto pelos temas das postagens e pelas maneiras que os estagiários se comunicavam através dela.

O termo “Web 2.0” se refere às páginas web cuja importância se deve principalmente à participação dos usuários. Com frequência, o conceito é comparado e colocado em oposição à expressão Web 1.0. Este termo foi

criado retroativamente para descrever as limitações que caracterizaram o desenvolvimento inicial da rede, baseado no conceito de páginas Web, em programas que não respeitavam a privacidade, com o marketing opt-out¹, e a exigência de cadastramento prévio para acesso ao conteúdo da página. (BRIGGS, 2007, p.27)

Mesmo com a nova miscelânea de informações veiculadas pelo blog o seu posicionamento foi mantido. Por isso, ao publicar uma matéria sempre é procurado ver se aquela informação é relevante para estudantes de Comunicação e, principalmente, estudantes de Relações Públicas. Ou seja, as informações públicas no blog são relevantes para públicos que vão além somente dos estudantes de RRPP.

Aqui seria importante analisar esta participação em dois sentidos diferentes. Em primeiro lugar, enquanto jornalismo complementar, através do qual é possível discutir notícias com o autor das mesmas, comentando-as. O blog seria, neste caso, complementar à própria versão online do meio de comunicação relacionando-o com o público e criando interatividade com os leitores. Em segundo lugar, enquanto uma forma de jornalismo alternativo, no sentido em que apresenta notícias que não aparecem nos media tradicionais. (RODRIGUES, 2006, p.05)

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O artigo em questão tem a intenção de mostrar como os estagiários da Agecom Universidade Feevale perceberam a necessidade de ampliar os horizontes do blog, tornando-o multidisciplinar, de forma que, alunos de Publicidade e Propaganda se identifiquem tanto com o espaço quanto alunos de Jornalismo, de Relações Públicas, de Design e, enfim, todas as pessoas presentes de alguma forma na esfera que é o meio de comunicação.



Novo formato do blog, capaz de "conversar" com diversas áreas. São expostos vários cases de comunicação e através deles mostrado o trabalho de um Relações Públicas.

Além disso, esse novo posicionamento é trabalhado sem esquecer as bases teóricas de RRPP, tornado-as o ponto norteador de todas as postagens.

▲ **Mudança nas fontes de pesquisa**

Inicialmente, para a mudança de postura do blog, foram revisados os locais usados como fontes de pesquisa para a elaboração de cada postagem. Anteriormente as fontes utilizadas eram sites e livros especializados unicamente em Relações Públicas tais como o MundoRP (<http://www.mundorp.com.br/>) e o Portal-RP (<http://www.portal-rp.com.br/>) entre os repositórios online de informações e as publicações de autoria de Margarida Kusch, Fábio França e entre outros autores de renome da área, porém essas fontes eram muito restritas às publicações da área de RRPP.

Hoje em dia esse cenário mudou e são utilizadas como fontes sites e blogs mais diversificados na área de comunicação, como o Brainstorm, que tem notícias relacionadas a *social media*, *advertising*, fotografia e design; o Mídia Publicitária, que tem postagens sobre publicidade, design, *social media* e, ainda, posta inúmeras dicas de eventos da área de Comunicação.

Entre os livros utilizados como base para as postagens está o “Mídia Sociais...e

agora?” (Editora Difusão e Editora Senac Rio) , de autoria da RRPP Carolina Frazon, que expõe tudo que é necessário para implementar um projeto de mídias sociais. Entre a bibliografia utilizada também está o livro “#MídiasSociais: Perspectivas, tendências e reflexões”, organizado por Marcel Ayres, Renata Cerqueira e Tarcízio Silva, sócios da agência PaperCliQ, que procuram enriquecer os debates atuais sobre transmídia e monitoramento online.

▲ **Mudança nos temas abordados**

Baseando-se nas novas bibliografias os estagiários do Núcleo de Relações Públicas da Agecom Universidade Feevale conseguiram criar um novo escopo de postagens que tornaram o espaço mais rico e diversificado. Atingindo um público maior e mais ativo que, ao ler as novas postagens, conheciam um pouco mais do trabalho de um RRPP sem precisar ler um conteúdo direcionado unicamente para um profissional ou estudante da área.

▲ **Integração entre blog e publicações**

O Núcleo de Relações Públicas produz, além do EstaRPresente, as publicações InteRPúblicos (periódico impresso) e Pipocando (jornal mural também veiculado via e-mail marketing). Durante o processo de mudança do posicionamento do blog foi levantada a importância de integrar as demais publicações ao espaço, pois todas elas eram cuidadosamente elaboradas com conteúdos ricos em informações relevantes ao meio da comunicação. Disponibilizar os mesmos às pessoas que não estão fisicamente presentes na Universidade Feevale, seria o ideal.

As demais publicações do núcleo foram incorporadas no topo do blog tornando o acesso a elas fácil e dinâmico, já que o usuário do blog pode navegar entre as postagens e quando achar conveniente pode verificar se há um novo Pipocando ou um novo InteRPúblicos, dessa forma, descartando totalmente o uso de *pop-ups* de chamada inconvenientes.

Vale ressaltar que somente o Pipocando tem uma versão digital e esta só é veiculada para os alunos de comunicação da Universidade, e o InteRPúblicos é um jornal impresso, então a versão digital é feita unicamente para disponibilização no blog. Ou seja, ambas as versões online das publicações são veiculadas exclusivamente através do EstaRPresente sem necessidade de nenhum tipo de *download* ou cadastro.



Na imagem são mostradas as abas *Pipocando* e *InteRPúblicos*, facilmente alcançadas de qualquer ponto do blog.

✦ Inserção de novas mídias

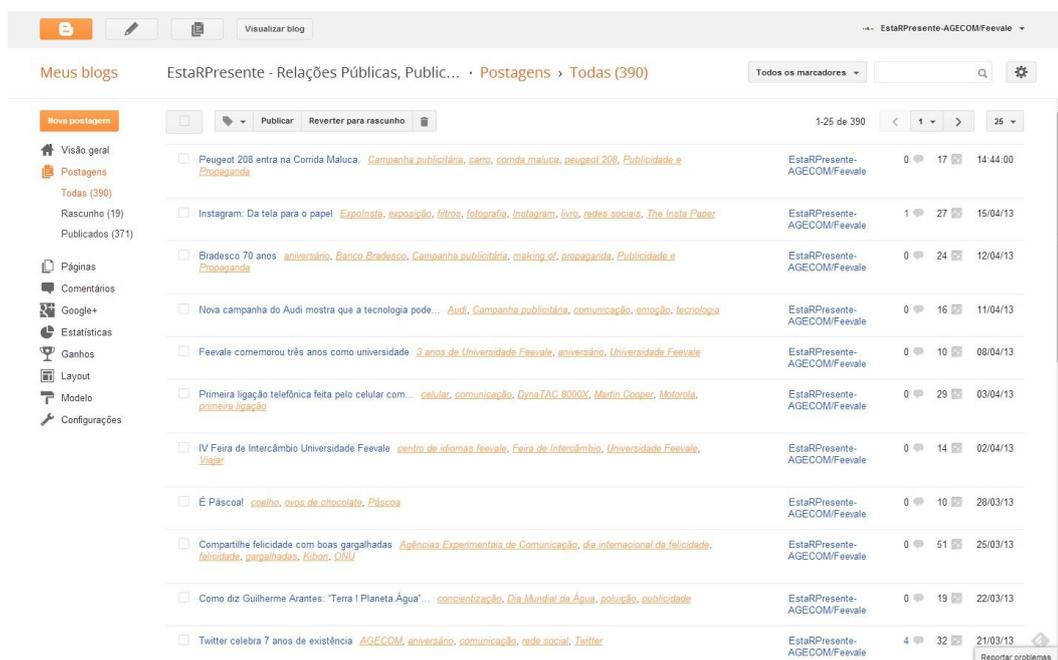
Apesar de ser um blog de comunicação o EstaRPresente só contava com transmissões de informações escritas, não eram exploradas nenhum tipo de mídia que tornassem as leituras dos posts mais fáceis, dinâmicas, rápidas e atrativas.

Com a reformulação do blog as postagens estão sendo estruturadas para terem o maior número possível de interação com o usuário, não só na forma escrita, mas também via vídeo, imagens e *podcasts*. Abaixo o exemplo de um dos posts que usa um vídeo do YouTube como suporte.



▲ Cronograma de postagens

Anteriormente à reformulação do blog as postagens eram publicadas em períodos irregulares, no período letivo eram muitas e durante as férias não. Durante o projeto de reformulação do blog também foi percebido que era preciso aumentar a frequência de postagens e encontrar um padrão, por isso, atualmente a cada dois dias e durante as férias as postagens são programadas para irem ao ar independente da presença dos estagiários na Agecom. Na imagem abaixo é mostrada a periodicidade das postagens, em 2012 foram realizadas aproximadamente 120 postagens.



The screenshot shows the 'EstaRPresente' blog interface. The top navigation bar includes a search bar and a 'Visualizar blog' button. The main content area displays a list of posts under the heading 'Postagens > Todas (390)'. Each post entry includes a title, a brief description, a date, and a 'Publicar' button. The posts are arranged in a grid-like format with alternating colors for each row.

| Postagem | Data | Compartilhamentos |
|---|----------|-------------------|
| Peugeot 208 entra na Corrida Maluca | 14/04/13 | 0 |
| Instagram: Da tela para o papel | 15/04/13 | 1 |
| Bradesco 70 anos | 12/04/13 | 0 |
| Nova campanha do Audi mostra que a tecnologia pode... | 11/04/13 | 0 |
| Feevale comemorou três anos como universidade | 08/04/13 | 0 |
| Primeira ligação telefônica feita pelo celular... | 03/04/13 | 0 |
| IV Feira de Intercâmbio Universidade Feevale | 02/04/13 | 0 |
| É Páscoa! | 28/03/13 | 0 |
| Compartilhe felicidade com boas gargalhadas | 25/03/13 | 0 |
| Como diz Guilherme Arantes: "Terra! Planeta Água!" | 22/03/13 | 0 |
| Twitter celebra 7 anos de existência | 21/03/13 | 4 |

PROCESSO

O processo de reformulação do EstaRPresente começou pela mudança do layout que tornou-se mais atual, jovem e com o design bem executado. A mudança do layout não foi somente através do design do topo e do fundo do blog, mas também da inserção de links (inclusive um “Fale Conosco” para o usuário entrar em contato prontamente com os estagiários) que facilitam a navegação, da inclusão de um arquivo de postagens bem localizado no lado direito superior da tela e de um apanhado de links recomendados pelo blog, nos quais o usuário pode encontrar um conteúdo extremamente relevante.

No terceiro nível de utilização da estrutura de pirâmide invertida, o autor/editor aproveita o potencial de entrelaçamento oferecido pela Web. “(...) a Web é um meio de entrelaçamento e sabemos pela teoria do hipertexto que escrever para espaços de informação ‘entrelaçada’ é diferente de escrever fluxos de textos lineares. De fato, George Landow (...), professor de literatura inglesa, cunhou as expressões

‘retórica de saída’ e ‘retórica de chegada’ para indicar a necessidade de os dois extremos dos links darem aos usuários algum entendimento de aonde poderiam ir, bem como por que a página de chegada é relevante para eles”, diz Jakob Nielsen. (FRANCO, 2006, p.59)

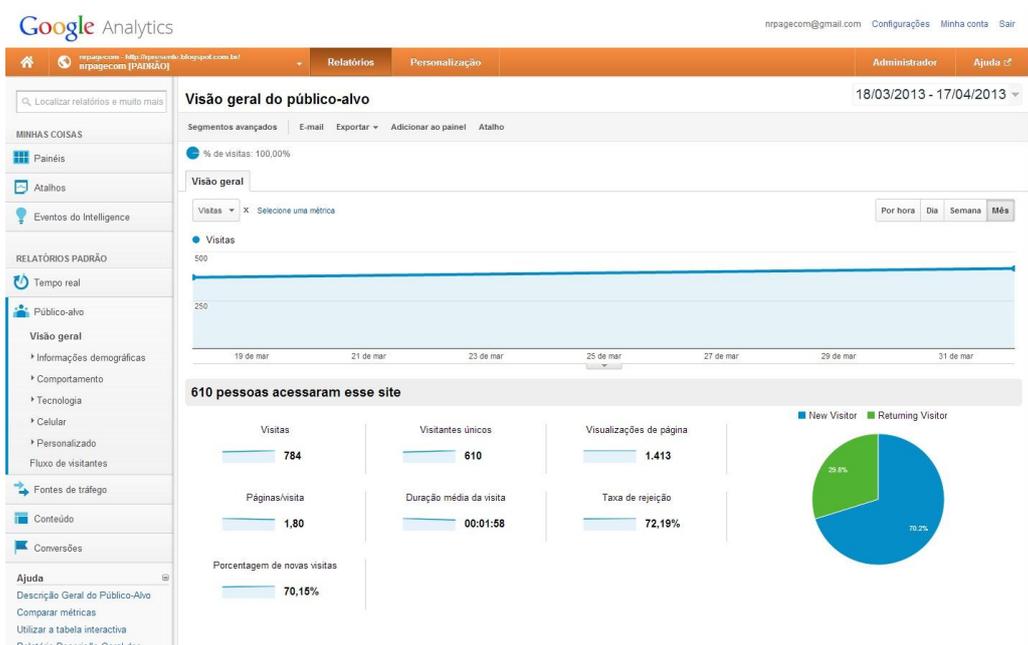
Após a inserção do novo design no blog, os estagiários partiram para a coleta e organização de conteúdos relevantes das novas fontes de pesquisa. Foram selecionados cases (principalmente ações de publicidade e campanhas) de grandes empresas e com eles o blog conseguiu veicular um conteúdo novo e instigante e, ainda, transmitir as teorias do meio de Relações Públicas.

Com o sucesso do novo padrão de postagens os estagiários viram que de fato os usuários do blog se interessavam em cases, não só de grandes empresas, mas qualquer projeto do meio de comunicação que representasse sucesso, por isso, foram selecionados materiais de design, artes, comunicação digital e outros temas atuais.

Depois de um certo período com esse novo posicionamento os estagiários da Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale e administradores do blog EstaRPresente conseguiram mensurar o sucesso através de acessos e referências.

CONSIDERAÇÕES

Com a nova postura do blog EstaRPresente aliada as postagens periódicas e reestruturação do blog os estagiários da Agecom conseguiram observar sensíveis melhoras nas visitas do blog. Utilizando o Google Analytics os estagiários puderam mensurar o sucesso do blog.



Na imagem acima é possível ver a tela do Google Analytics do EstaRPresente referente ao período de 18/03/2013 até 17/04/2013, analisando os dados consegue-se ver que em um mês o blog teve 610 visitantes únicos e 1.418, esses valores representam aumento de 70,15% nas novas visitas. Além disso, através da linha do gráfico, que representa as visitas, é possível concluir facilmente que o blog só tende a crescer.

O espaço tem se tornado cada vez mais uma referência, sendo citado por figuras importantes da área de Relações Públicas, como por exemplo, Marcello Chamusca, presidente da Associação Latino Americana de Relações Públicas (ALARP-Brasil), que citou o EstaRPresente em seu blog, o Ciberpúblicos (<http://ciberpublicos.blogspot.com.br>), como um dos 36 blogs de RRPP que mereciam ser seguidos em 2013 (<http://ciberpublicos.blogspot.com.br/2012/12/36-blogs-de-estudantes-e-profissionais.html>).

Todos esses fatores somados são o reflexo do bom gerenciamento dos estagiários do Núcleo de Relações Públicas da Agecom, e mostram que é possível comunicar, passar conteúdo engajado e relevante sem esquecer as teorias e as raízes do curso de Relações Públicas.

REFERÊNCIAS

MAGALHÃES, Fernanda. Blog: Jornalismo Independente. São Paulo: 2010. Disponível em: < <http://clippingvagas.files.wordpress.com/2013/01/jornalismoIndependente.pdf> >. Acesso em: 12 de Abril de 2013.

RODRIGUES, Catarina. Blogs: Fragmentação do Espaço Público. Portugal: Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: < http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-rodrigues_catarina_blogs_fragmentacao_espaco_publico.pdf>. Acesso em: 13 de Abril de 2013.

BRIGGS, Mark. Jornalismo 2.0: Como Viver e Prosperar. Traduzido por Carlos Castilho. Texas: Knight Citizen News Network, 2007. Disponível em: < https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf >. Acesso em: 13 de Abril de 2013.

FRANCO, Guilherme. Como Escrever para Web. Tradução de Marcelo Soares. Texas: Centro Knight, 2006. Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/46919166/Como-Escrever-Para-Web> >. Acesso em: 15 de Abril de 2013.