

Informativo RP¹

Gustavo Felipe PRANKE²

Michele LISBÔA³

Victoria Gomes de CARVALHO⁴

Fabiana da Costa PEREIRA⁵

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

RESUMO

O Informativo RP é uma publicação digital desenvolvida durante as atividades da disciplina de Oficina de Redação em Relações Públicas II no segundo semestre de 2015, na Universidade de Santa Cruz do Sul. O material informativo foi confeccionado pelos alunos sob a coordenação da professora Fabiana Pereira. Com a proposta de oferecer aos alunos da disciplina uma experiência prática, o informativo foi idealizado inteiramente pelos acadêmicos, desde as reportagens até sua diagramação. O principal objetivo do informativo é entreter e evidenciar características do próprio Curso de Comunicação Social e de seus alunos, trazendo matérias pertinentes, voltadas a este grupo.

PALAVRAS-CHAVE: Informativo; Comunicação; Divulgação; Relações Públicas

1 INTRODUÇÃO

Segundo Palma (1994, pág. 99), os profissionais de Relações Públicas foram os primeiros a reconhecer no jornal de empresa um dos melhores e mais significativos meios de atuação junto a seus públicos. Os informativos de Relações Públicas são alternativas encontradas pelos profissionais e pelas empresas para levar a seus colaboradores, informações pertinentes ou de interesse da organização, e assim proporcionar momentos de entretenimento e informação para o grupo, porém, sem fugir do foco de suas atividades. Seguindo essa linha, o Informativo RP foi elaborado para os alunos e professores do Curso de Comunicação Social da UNISC, divididos em suas quatro habilitações – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Produção em Mídia Áudio Visual e Relações Públicas.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Relações Públicas modalidade Produto de Comunicação Institucional digital.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Relações Públicas, email: gustavo.pranke@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Relações Públicas, email: michelecl@mx2.unisc.br.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Relações Públicas, email: victoriadecarvalho123@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, email: rpfabianapereira@hotmail.com

Os alunos da disciplina tiveram a tarefa de identificar o público, buscar entender sobre seus interesses, desenvolver as matérias, fotografar ou buscar acervos de imagens, definir a forma de distribuição e ainda passar por todas as etapas da construção de um informativo, desde o planejamento até sua avaliação final. Uma experiência prática, que trouxe para sala de aula uma visão direta da produção de um informativo institucional, que poderá fazer parte da rotina de muitos dos futuros Relações Públicas.

2 OBJETIVO

A construção do informativo teve por objetivo apresentar o olhar dos próprios alunos do Curso de Comunicação Social sobre assuntos diversos, nas suas diferentes habilitações, através de entrevistas que abordaram questões pertinentes a sua área de atuação e vivências do curso, muitas vezes deixadas de lado, tais como: O funcionamento da Agência Experimental e do Centro Acadêmico, as eleições para Coordenador e Chefe de departamento, ocorridas em 2015 e o posicionamento dos alunos em torno da sustentabilidade.

3 JUSTIFICATIVA

Por sua natureza multidisciplinar, a área de comunicação se envolve com diversas formas de interação social[...] (TORQUATO, 1986, pág. 47), o informativo é um destes meios, pois é um veículo de comunicação dirigida escrita com periodicidade típica e tem como matéria prima a informação. Segundo Rabaça (2001, pág. 175) comunicação dirigida é o ato de enviar mensagens ou conjunto de mensagens a públicos específicos que podem ser internos ou externos. Normalmente os informativos de Relações Públicas destinam-se a comunicação interna tendo como objetivo informar, persuadir, motivar e integrar.

Torquato (1987, pág.58) define como fator decisivo para o êxito de uma publicação a escolha do conteúdo, a programação temática deve planejada priorizando o público ao qual se destina essa comunicação dirigida. Para que ocorra identificação e entendimento do material o leitor deve se sentir contemplando, o informativo deve ter uma linguagem simples e objetiva, que facilite o entendimento das matérias, e as mesmas devem ser pensadas contemplando os interesses do público ao qual se destina.

O Informativo RP foi planejado e idealizado contemplando as perspectivas comuns aos profissionais de Relações Públicas, Jornalismo, Publicidade e Produção em Mídia Audiovisual, sejam acadêmicos ou professores de Comunicação Social da UNISC.

A publicação digital conta temáticas relevantes a estes profissionais, como as diversas fases do desenvolvimento acadêmico e seus hobbies paralelos à vida universitária. Também procura explicar o funcionamento da Agência A4 no desenvolvimento da Semana Acadêmica e as tarefas delegadas entre cada habilitação para a realização dos eventos do Curso. Contempla a representação dos alunos de Comunicação Social, com informações sobre os projetos e ações desenvolvidas pelo Diretório Acadêmico e apresenta os resultados das eleições de Chefia de Departamento e Coordenação de curso, realizados naquele período.

Deste modo a programação temática procurou apresentar temas atuais e relevantes, como sugestão de softwares utilizados por comunicadores para diferentes tarefas, além de abordar as questões da sustentabilidade, estimulando a reflexão sobre o papel do comunicador enquanto formador de opinião.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Informativo RP só surgiu após a elaboração de um projeto específico para sua confecção, construído de forma conjunta entre os acadêmicos da disciplina. O planejamento devidamente desenvolvido foi um diferencial, pois ele foi realizado de forma com que todos os membros atuassem de maneira significativa e que conseqüentemente a produção de conteúdo fosse eficaz.

Após o estabelecimento do público através do projeto, foi realizada a delegação de tarefas e a busca por temáticas relevantes para os acadêmicos. Após a delimitação temática, o grupo sugestionou a introdução dos próprios acadêmicos nas pautas, estimulando a interação com o público alvo. Por exemplo, a participação de uma graduanda que pode dar um depoimento sobre a experiência de conclusão de curso.

As técnicas para a elaboração do informativo foram as de entrevista e pesquisa documental, onde os alunos da turma puderam utilizar a própria estrutura da universidade para realiza-lo. Para a cobertura das eleições, uma das pautas do informativo, foi necessária a cobertura fotográfica, enquanto para as demais matérias foram utilizadas fotografias de acervo.

Todo o trabalho foi desenvolvido em sala de aula, onde os alunos tiveram tempo concomitante às aulas teóricas para a sua confecção. Dentro deste cenário, prazos para a entrega das matérias foram estipulados, para que os responsáveis pela revisão e posteriormente pela diagramação tivessem tempo hábil de executar suas atividades. Apesar

de ter tido as matérias e atividades divididas entre os membros, toda a confecção do informativo foi de caráter colaborativo, onde todos puderam opinar, auxiliar e se envolver nas diferentes etapas do processo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Informativo RP é um informativo online, produzido pelos alunos do Curso de Comunicação Social da UNISC, da habilitação de Relações Públicas, na disciplina de Oficina de Redação em Relações Públicas II, durante o segundo semestre letivo de 2015. O informativo teve como público alvo os alunos e professores do Curso de Comunicação Social da UNISC.

A partir da primeira reunião entre o grupo, foram definidas as temáticas das matérias e seus respectivos autores. Na sequência foram estabelecidos prazos e após isso, os alunos puderam começar a confecção de suas matérias. Com todas as matérias escritas, foi o momento de começar o trabalho de diagramação do Informativo RP.

A primeira matéria do informativo, na página 2, trata das eleições da Coordenação e departamento do Curso de Comunicação Social da UNISC, que naquele período estavam em andamento. No texto, informações sobre as eleições são passadas e, posteriormente, os membros das chapas eleitas dão pequenos depoimentos sobre o processo e sobre as perspectivas para o cargo. Nas imagens, fotos da votação e dos eleitos.

Na página 3, dois ex-alunos do Curso de Comunicação Social da UNISC foram entrevistados e responderam algumas perguntas pertinentes à carreira e a formação. Dentre as perguntas, destaca-se “Dica ou conselho para quem está cursando Comunicação Social”. Nas imagens, fotos de ambos os entrevistados.

Na matéria seguinte, página 4, Tinne, como é conhecida pelos corredores da universidade, fala sobre as expectativas para a formatura e sobre seus planos para o futuro, agora graduada. Para ilustrar, uma imagem de Tinne, vestindo a camisa utilizada nas fotos de formatura.

A página 5 traz o depoimento de três alunos do Curso de Comunicação Social da UNISC que possuem ocupações totalmente distintas de sua formação. Um aluno de Produção em Mídia Audiovisual que trabalha como professor de dança, uma Relações Públicas em formação que adora jogar Futsal e uma aluna de Jornalismo que também é cantora. Devidamente identificados, cada um deles dá um pequeno depoimento sobre suas atividades peculiares.

Na página 6, o tema central é a Agência Experimental de Comunicação. Na matéria, são relatadas as atividades que são desenvolvidas durante a SEACOM, Semana Acadêmica da Comunicação. Durante o texto, as atividades são descritas de acordo com as responsabilidades dos núcleos da Agência. O trabalho na agência é feito de maneira integrada entre os quatro núcleos, porém a matéria destaca o trabalho de dois núcleos: Jornalismo e Relações Públicas.

A página 7 traz uma lista de softwares que são comuns para os comunicadores. A matéria conta com a explicação dos principais programas e suas funções. Programas estes, que foram escolhidos com base na funcionalidade e usabilidade para os comunicadores.

Sustentabilidade e sua visão por parte dos acadêmicos é o tema da matéria da página 8. A matéria traz fatos relativos ao tema e conta com o depoimento de alguns acadêmicos do curso, que explicitam sua opinião.

A página 9 traz uma matéria sobre o Centro Acadêmico da Comunicação, o CACO. No texto, que é acompanhado da nova logomarca do CACO, o trabalho atuante do centro acadêmico é destacado. Em depoimento, Frederico De Barros Silva, o presidente do centro acadêmico, fala sobre as principais conquistas e atividades durante aquele período. Frederico destaca as palestras e rodas de conversa acerca do feminismo, realizadas no segundo semestre de 2015.

Para finalizar, segurança e privacidade são os temas da página 10 do Informativo RP. Na matéria, duas alunas do Curso de Comunicação Social da UNISC são convidadas a responder a seguinte pergunta: “O que você, como comunicador, acha da segurança e privacidade das pessoas nos dias de hoje?”. Ambos os depoimentos são ilustrados com imagens das acadêmicas.

6 CONSIDERAÇÕES

Finalizar e colocar em circulação um Informativo elaborado por alunos de Relações Públicas foi uma tarefa de muita significância pessoal e acadêmica para o grupo. Futuros profissionais do mercado de trabalho, os alunos tiveram a oportunidade de experimentar essa atividade que é muito comum dentro da profissão. Porém, apesar de comum, não é simples. Criar editoriais, criar matérias, diagramar e buscar conteúdo interessante para um público específico é uma tarefa um tanto quanto complexa, pois exige que o profissional tenha uma grande capacidade de adaptação e percepção dos públicos e ambiente.

A realização do Informativo RP oportunizou aos alunos momentos de discussão, de troca de ideias e de muito aprendizado em sala de aula, já que todas as etapas do processo foram acompanhadas pela professora orientadora da disciplina. Com o trabalho, foi possível aprimorar não só as atividades de escrita, mas também a criatividade e o senso crítico, essenciais para um trabalho de caráter colaborativo. Percebe-se também o grande papel das redes sociais digitais e das plataformas online, que podem hospedar de maneira gratuita o informativo, diminuindo custos, facilitando a leitura e proporcionando um retorno mais imediato. Aprendizados deste tipo servirão como lição para futuras experiências profissionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PALMA, Jaurês Rodrigues. **Jornalismo empresarial**. 2ª ed. Porto Alegre: Ed. Sagra, 1994.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. 2. ed., rev. e atual. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 2ª ed São Paulo: Ed. Summus, 1986.

TORQUATO, Gaudêncio. **Jornalismo empresarial**. 3ª ed. São Paulo: Ed. Summus, 1987.