

Pipocando¹

Monique Francisca DA SILVA²

Monica Bonsembiante CAMPANA³

Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

Resumo

Desenvolvido, experimentalmente, por estagiários e voluntários da Agência Experimental de Comunicação (AGECOM), o veículo de comunicação semanal “Pipocando” digital e publicado na rede social da própria Agecom, sendo ela o *Facebook*, além de ser distribuído através do e-mail marketing para os acadêmicos. O Pipocando é um veículo de comunicação que busca informar aos alunos dos Cursos de Comunicação da Universidade Feevale atividades relativas à área como cursos, palestras, eventos e vagas de estágios, que estejam ocorrendo na instituição e região. O informativo visa o aprendizado e a integração, tanto na vida profissional, como acadêmica, dos alunos que o desenvolvem, tal como dos que o recebem.

Palavras-chave: comunicação; agência experimental; Relações Públicas; produto de comunicação institucional digital.

1.INTRODUÇÃO

A comunicação é considerada como um processo social, que se constrói para tornar possível o desenvolvimento de relações e de interações entre as pessoas. Para esse processo social se tornar efetivo, ele necessita de uma comunicação eficiente o que obriga, muitas vezes, que as organizações desenvolvam estratégias comunicacionais, através de veículos cabíveis a seu perfil e ao perfil de público que se busca atingir.

Com base nisto, a Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale, através do núcleo de Relações Públicas, busca, enquanto organização, envolver todos os alunos de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda através do informativo semanal “Pipocando”. Este produto de comunicação é desenvolvido com o intuito de gerar informação para os alunos com acontecimentos relacionados ao dia a dia da universidade voltado principalmente a área da comunicação, tais como cursos, eventos, shows, dicas de filmes e livros, anuncio de vagas de emprego, visitas técnicas, entre outros.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade: Produto de comunicação institucional digital (avulso)

² Estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: moniquesilva@feevale.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: monicacampana@feevale.br.

2.OBJETIVO

O Pipocando, como produto de comunicação institucional digital, busca motivar a comunicação entre os alunos dos cursos de Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda através da distribuição de informações.

3.JUSTIFICATIVA

O processo de produção do Pipocando tem sua relevância, na medida que, seu desenvolvimento tem intenção de potencializar a comunicação juntos aos acadêmicos dos Cursos de Comunicação da Universidade Feevale. Caracteriza-se na distribuição de informações, sobre as atividades acadêmicas e profissionais que estejam ligadas ao ambiente em que os alunos estão inseridos. O informativo ainda é desenvolvido como forma de interação entre alunos da Agência Experimental de Comunicação - Agecom e os acadêmicos do curso das três habilitações da comunicação.

Num contexto de profundas transformações nas esferas políticas, econômica social, tecnológica e midiática, comunicar-se com competência tornou-se condição para o crescimento e para a sobrevivência das organizações. (FARIAS, 2011, p.151).

Desta forma, quanto mais produtos de comunicação entre organizações e públicos, neste caso entre alunos, agência e Cursos maiores são as chances de todos se atualizarem e buscarem novas experiências.

4.MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Desenvolvido como um produto comunicação digital pelo Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale e dirigido aos alunos dos cursos de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, o semanal Pipocando, foi criado no ano de 2012 e é fixado de forma digital em redes sociais de fácil acesso aos acadêmicos da comunicação, além disto é enviado aos alunos por meio de e-mail.

Para Goldhaber essa comunicação é:

Um processo dinâmico por meio do qual as organizações se relacionam com o meio ambiente e por meio da qual as subpartes das organizações se

conectam entre si(...) o fluxo das mensagens dentro de uma rede de relações interdependentes. (GODHABER, 1991, p.32).

Este processo de trocas de experiências é desenvolvido durante planejamento e produção do produto de comunicação. Com base nisso, o Pipocando busca trazer o “tornar comum” e a troca de opiniões entre os alunos que tem o mesmo interesse. O material é desenvolvido por acadêmicos que buscam expandir seus conhecimentos e agregar suas experiências.

Todo e qualquer documento escrito é julgado de acordo com sua estrutura, seu formato e seu desenho. Preparação, apresentação, produção, distribuição e avaliação, isso é tudo o que importa. (HURST, 2003, p.199)

Tendo isto em mente, o Pipocando se importa desde o início da sua produção em fazer uma pesquisa detalhada de atividades de interesse do público. Após isto, é realizada uma filtragem para escolher quais das informações devem ter mais destaques e sair na edição daquela semana, além de se fazer a utilização de uma linguagem simples e de fácil compreensão. Desta forma, espera-se que as informações cheguem de forma efetiva aos alunos através de um material de grande qualidade e que atinja os objetivos da comunicação.

Aqui, a informação é tratada segundo a definição clássica que remete à unidade e à mensagem. A comunicação, em contrapartida, remete à ideia da relação, de compartilhamento, de negociação. (WOLTON, 2010, p. 18)

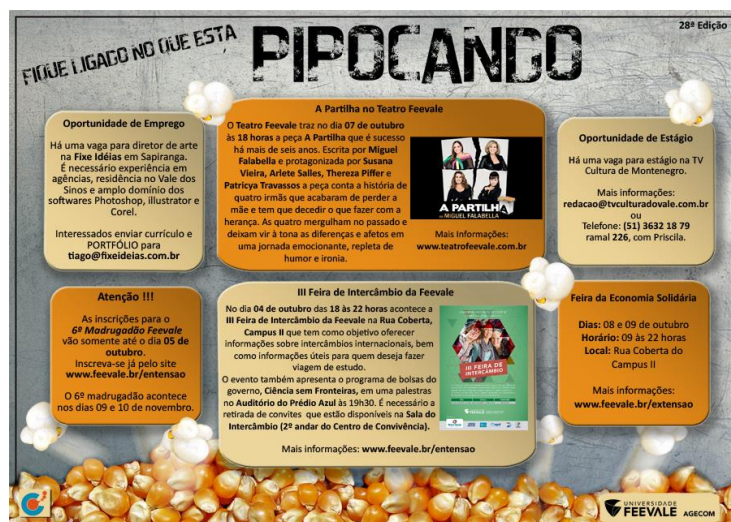
Durante o processo de elaboração do produto de comunicação são consultados professores e coordenadores para ver a necessidade de passar alguma informação importante para os acadêmicos. Depois é realizada uma filtragem das informações, escolhendo assim aquelas que precisam de mais destaque na semana que ele será circulado.

Para o desenvolvimento do processo de comunicação é preciso deixar claro que a comunicação vai além do simples ato de informar. Requer sintonia com o interlocutor e também esclarecimento. (GIL, 2001, p.73).

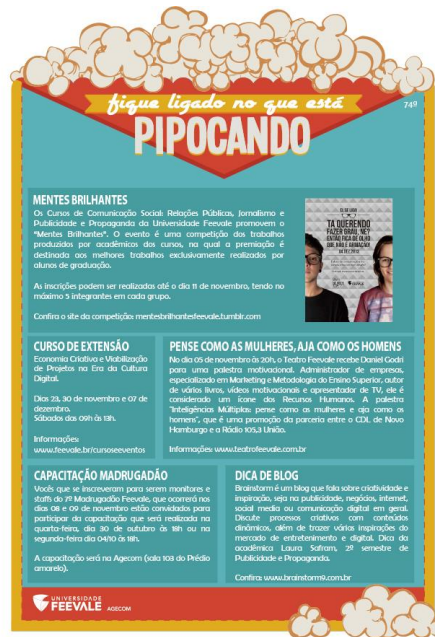
Esta sintonia é buscada na construção das informações que serão apresentadas, assim como durante todo o desenvolvimento dos materiais, sempre em busca de temas que chamem a atenção do público que se busca atingir.

A diagramação, e produção visual do semanal são desenvolvidas pelos integrantes dos Núcleos de Relações Públicas da Agecom a partir da junção dos materiais pesquisados e filtrados que estão em destaque naquela semana. A elaboração do projeto gráfico pré-definido para todas as edições foi realizada pelos alunos do Núcleo de Publicidade e Propaganda da Agecom. Através dos programas *Photoshop* e *Illustrator* o Pipocando é construído e ilustrado com imagens referentes às atividades que estão em destaque, ou até mesmo, em algumas situações imagens são produzidas pelos acadêmicos da Agecom. Com isto, procura-se construir uma identidade visual atrativa que chame a atenção dos leitores e relacione ao conteúdo proposto.

Para isso a cada ano o layout do Pipocando é alterado para se tornar cada vez mais atrativo ao público.



Layout do Pipocando 2012



fique ligado no que está
PIPOCANDO

MENTES BRILHANTES
Os Cursos de Comunicação Social, Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Feevale promovem o "Mentes Brilhantes". O evento é uma competição dos trabalhos produzidos por acadêmicos dos cursos, na qual a premiação é destinada aos melhores trabalhos exclusivamente realizados por alunos de graduação.
As inscrições podem ser realizadas até o dia 11 de novembro, tendo no máximo 3 integrantes em cada grupo.
Confira o site da competição: mentesbrilhantesfeevale.tumblr.com

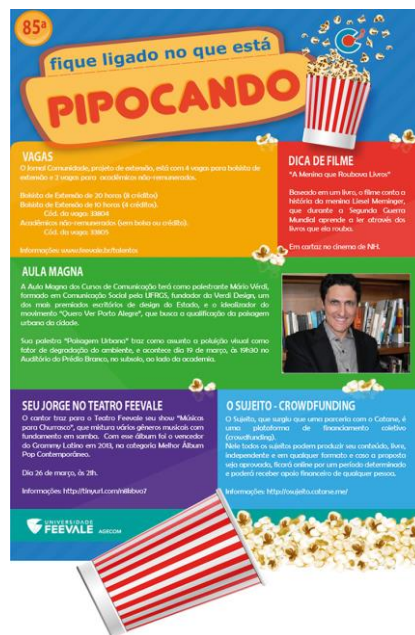
CURSO DE EXTENSÃO
Economia Criativa e Viabilização de Projetos na Era da Cultura Digital.
Dica: 23, 30 de novembro e 07 de dezembro.
Sábados das 08h às 18h.
Informações: www.feevale.br/cursos/extensiones

PENSE COMO AS MULHERES AJA COMO OS HOMENS
No dia 02 de novembro de 2013, o Teatro Feevale recebe Daniel Godt para uma palestra motivacional. Administrador de empresas, especializado em Marketing e Metodologia do Ensino Superior, autor de vários livros, vídeos motivacionais e apresentador de TV, ele é considerado um ícone dos Recursos Humanos. A palestra "Inteligência Masculina: pense como as mulheres e aja como os homens", que é uma promoção da parceria entre o CEM de Novo Hamburgo e a Rádio 103.3 Unilas.
Informações: www.teatrofeevale.com.br

CAPACITAÇÃO MADRUGADÃO
Moças que se inscreverem para serem monitores e staff do 1º Madrugadão Feevale, que ocorrerá nos dias 08 e 09 de novembro estão convidadas para participar da capacitação que será realizada no quarto-feira, dia 30 de outubro às 18h ou na segunda-feira dia 04/11 às 18h.
A capacitação será na Agecom (sala 103 do Prédio anexo).
Confira: www.bramstorm.com.br

DICA DE BLOG
Bramstorm é um blog que fala sobre criatividade e inspiração, seja na publicidade, negócios, internet, social media ou comunicação digital em geral. Dica de processo criativos com conteúdos clínicos, além de trazer várias inspirações do mercado de entretenimento e digital. Dica da acadêmica Laura Saffrari, 2º semestre de Publicidade e Propaganda.
Confira: www.bramstorm.com.br

Layout do Pipocando 2013



85º
fique ligado no que está
PIPOCANDO

VAGAS
Vagas em publicidade, projeto de trabalho, estágios e tempo para hobby de estudantes e jovens para acadêmicos não-remunerados.
Roteiro de Estágio de 30 horas (4 créditos)
Roteiro de Estágio de 60 horas (8 créditos)
Cota de vagas: 3000
Acreditativo não-remunerado (sem bolsa ou crédito).
Cota de vagas: 30000
Informações: www.feevale.br/estagio

DICA DE FILME
"A Menina que Robou Livros"
Baseado em um livro, o filme conta a história de Liesel Meminger, que durante a Segunda Guerra Mundial aprende a ler através dos livros que ela rouba.
Em cartaz no cinema de FEA.

AULA MAGNA
A Aula Magna dos Cursos de Comunicação terá como palestrante Mário Virid, formado em Comunicação Social pelo USP, fundador da Virid Design um dos mais premiados escritórios de design do Estado, e o fundador do movimento "Quebrar o Poder Alegre", que busca a qualificação do profissional através da cidade.
Sua palestra "Plataforma Urbana" traz como assunto a produção visual como fator de degradação do ambiente, e ocorrerá dia 19 de março, às 19:00 no Auditório do Prédio Libano, no sábado, no lado de acadêmicos.

SEU JORGE NO TEATRO FEEVALE
O cantor traz para o Teatro Feevale seu show "Músicas para Churrasco", que mistura vários gêneros musicais com fundamento em samba. Com seu álbum 14 o vencedor do Grammy Latino em 2013, no categoria Melhor Álbum Pop Contemporâneo.
Dia 26 de março, às 20h.
Informações: <http://www.feevale.com.br/teatro/>

O SUJEITO - CROWDFUNDING
O Sabejo, que surgiu como parceria com o Catana, é uma plataforma de financiamento coletivo (crowdfunding).
Nesse todos os projetos podem produzir seu conteúdo, livro, independência e um qualquer formato e caso o projeto seja aprovado, ficará online por um período determinado e poderá receber após finalização de qualquer pessoa.
Informações: <http://www.o.sujeito.com.br/>

Layout do Pipocando 2014



124ª *Fique ligado no que está*
PIPOCANDO

BOLSAS PARA MESTRADO NO EXTERIOR
A Universidade de Bonn, na Alemanha, está selecionando 10 candidatas para bolsas de estudo na área da comunicação.
Mais informações: <http://goo.gl/bEw6jh>

CONGRESSO INTERNACIONAL
Do dia 18 a 21 de março em São Paulo ocorre o Congresso Internacional de Comunicação Visual e Impressão Digital da FESPA Brasil. Sua proposta é apresentar conteúdo inovador voltado a utilização do que há de melhor na impressão para a comunicação visual.

AULA INAUGURAL
O ICSA promove a Aula Inaugural dos seus cursos no dia 10 de março, no Teatro Feevale às 19h30. O evento contará com alguns ex-alunos da Universidade Feevale, que vão falar sobre empreendedorismo e inovação nas suas experiências profissionais.

AMANHÃ EM LUMINAR NOITE
10 DE MARÇO
CURSO DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO VISUAL E IMPRESSÃO DIGITAL

INSCRIÇÕES ABERTAS PARA O EXPOCOM
No dia 11 de março iniciam-se as inscrições para seleção interna do Expocom (Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação). Interessados solicitar a ficha de inscrição para agecom@feevale.br com a Pâmela.

INFOGRÁFICO SHUTTERSTOCK
A Shutterstock lançou seu infográfico prevendo as principais direções da indústria criativa para 2016. Confira o infográfico em: <http://goo.gl/hPCu6d>

UNIVERSIDADE FEEVALE AGECOM

Layout do Pipocando 2015

Para o ano de 2016 o layout foi mais uma vez reformulado, além de mudar a sua maneira de ser editado, no qual se programa o informativo em HTML, ao invés de editá-los nos programas citados a cima, e o produto final é este:



fique ligado no que está
PIPOCANDO

CURSO GRÁTIS DE PHOTOSHOP PARA INICIANTES
O site Bons Tutoriais disponibiliza um curso essencial de photoshop. No total de 10 aulas, o curso conta com 3 módulos, básico, intermediário e avançado. Interface, utilização de Layers, aplicação de filtros e manipulação de texto são alguns dos tópicos abordados no curso.
Saiba mais 

TRAMPO
A entrevistada do Trampo dessa semana é a Relações Públicas Fernanda Hack. Formada pela Universidade Federal de Santa Maria, Fernanda responde pela comunicação da empresa Máio de Almeida Marcas e Patentes e também escreve para o blog "Fantástico mundo RP". Confira a entrevista 

VAGAS PARA O PROJETO ARIUANDA
O projeto busca valorizar a cultura negra e participação do negro na conformação do Vale dos Sinos. 1 bolsistas de RP ou PP com 12h semanais e 4 voluntários de RP, PP com 4h semanais. Para mais informações: feevale.br/opportunidades ou enviar um e-mail para a Proffª Daniela Santos, danielasantos@feevale.br.

EXPOCOM
O Expocom é um evento de exposições de trabalhos, resultado de pesquisas experimentais, que valoriza a vida acadêmica e o currículo do aluno. Ficou interessado? Inscreva-se! Solicite a ficha de inscrição pelo e-mail agecom@feevale.br. As inscrições da etapa local já estão abertas e vão até o dia 20/03!

GERAÇÃO XYZ(H?)
O curso fala sobre transformações na sociedade, estabelecendo uma relação entre tecnologias, mídias e comportamento. A fim de fornecer ferramentas que auxiliem o participante a criar campanhas de comunicação adequadas às gerações atuais. O curso irá ocorrer nos dias 24, 25 de junho, 01 e 02 de julho.
Mais informações 

UNIVERSIDADE FEEVALE AGECOM

Layout do Pipocando 2016

Durante toda a diagramação semanal são realizadas revisões ortográficas e gramaticais tanto pelos coordenadores e professores, como pelos próprios estagiários e

voluntários, para que dessa forma sejam eliminados quaisquer erros que possam comprometer a qualidade da informação.

Quando finalizado é enviada uma cópia para o Núcleo de Marketing Digital da universidade, para que esta envie um e-mail marketing para a lista de todos os acadêmicos de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. No ano de 2015 foram produzidos 42 edições do produto de comunicação que foram enviados em média 800 e-mails marketings semanalmente e teve um aumento de visualizações de 4.7% em relação ao ano passado, além de ser publicado nas redes sociais da Agecom.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Pipocando possui a função de servir como fonte de informação, integrar os públicos e promover um processo de comunicação contínua. Conta com um conteúdo abrangente, contendo vagas, eventos, cursos, palestras, congressos e oportunidades aos estudantes de Comunicação. O produto é trabalhado de forma sequencial tanto pelos estagiários e práticos de ensino da AGECOM como por professores, tornando mais fácil a atualização de atividades acadêmicas.

Identificados com precisão os destinatários, a mensagem deve ser elaborada de tal maneira que a objetividade, concisão e clareza fiquem devidamente contempladas. (FORTES, 2002, p.253)

Considerando o que Fortes (2002) aborda, além da necessidade de uma visualização rápida, o Pipocando é escrito com uma linguagem simples e direta, com imagens que gerem o interesse nos alunos, contendo apenas o conteúdo essencial, para que assim eles possam absorver de forma rápida e melhor o conteúdo. Com isto procura-se evitar a incomunicação que segundo Wolton (2010) é quando o receptor não está sintonizado com as informações que são passadas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância de uma boa comunicação dentro dos processos sociais do dia-a-dia dos acadêmicos é de extrema relevância. No decorrer do processo de desenvolvimento do produto de comunicação consegue-se testar na forma prática os resultados da verdadeira importância de se estar muito bem informados das atividades recorrentes da área de comunicação. Para aqueles que desenvolvem o Pipocando acabam por construir progressos

na área profissional uma vez em que adquirem experiência e conhecimento. Além disso, a visualização do Pipocando, toda a semana possibilita que os acadêmicos dos cursos de comunicação consigam vislumbrar aquilo que é produzido pelos alunos do Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação, assim como adquirem um conhecimento das atividades da universidade e da região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARIAS, Luiz Alberto. **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processos, funções, tecnologias e estratégias**. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

GOLDHABER, Gerald M. **Comunicação organizacional**, 5.ed. México, Editorial Diana, 1991.

HURST, Bernice. **Manual de Técnicas de Comunicação**. São Paulo: Littera Mundi, 2003.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.