

## Revista RP em Foco<sup>1</sup>

HUBBE, Stephany<sup>2</sup>  
ROMANEL, Gisele Passos Lima<sup>3</sup>  
OLIVEIRA, Sabrina Talita<sup>4</sup>

### RESUMO

Este *paper* apresenta a revista laboratório RP em Foco, produzida pelo curso de Relações Públicas da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Mostra as duas últimas edições, produzidas no segundo semestre de 2015, na disciplina de Comunicação Dirigida, pelos estudantes com proficiência em Língua Portuguesa do 6º período do curso. Explica como foi a sua criação, suas editorias e seu desenvolvimento. Mostra como foram seus resultados acadêmicos, sendo uma experiência marcante para os estudantes e comunidade acadêmica.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista; jornal de empresa; relações públicas; comunicação institucional.

### 1 INTRODUÇÃO

A revista laboratório RP em Foco é um dos produtos do curso de Relações Públicas da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Esta publicação é dirigida, institucional e tem distribuição gratuita. Sua primeira edição foi publicada no primeiro semestre de 2013. Desde então, estudantes e professores do curso elaboram quatro publicações ao ano, sempre vinculados às disciplinas do curso. Este *paper* explora as edições publicadas no segundo semestre do ano de 2015, ou seja, os números 11 e 12, da revista laboratório RP em Foco. A disciplina vinculada a esta edição foi Comunicação Dirigida, sendo autores destas publicações em questão os estudantes do 6º período do curso.

A revista RP em Foco substituiu a publicação anterior do curso, intitulada Zero800. Para tanto, em 2013 foi elaborada uma pesquisa para reorganizar o jornal laboratório, tanto no que diz respeito a seu nome, a seu formato gráfico, seu projeto editorial e, nas edições desta turma, foi adequado como revista laboratório. O nome foi fruto de um *brainstorming* dos estudantes da disciplina. Os melhores foram submetidos a uma votação entre os alunos do curso de Relações Públicas da PUCPR, já pensando na possível geração de empatia dos

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Relações Públicas, modalidade RP 07 Produto de comunicação institucional impresso.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso de Relações Públicas da PUCPR, email: stephanyhubbe@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da PUCPR, email: gisele.passos@pucpr.br.

<sup>4</sup> Co-orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da PUCPR, email: Sabrina.talita@pucpr.br.

estudantes com a publicação. Com base na publicação anterior, foi feito um estudo de layout e editorias. Os estudantes foram divididos em equipes e essas equipes assumiram as editorias, desde a elaboração da pauta, apuração e produção da notícia, diagramação das páginas, produção de fotos e ilustrações, artefinalização, revisão e distribuição.

Todas essas etapas contaram com acompanhamento e aprovação dos professores da disciplina, bem como aval da coordenação, o que dotou a publicação do discurso institucional do curso de RP da PUCPR e, ao mesmo tempo, tornou-a fonte de consulta e informação para os estudantes da PUCPR e de outras instituições, além de divulgar o curso e a profissão.

## **2 OBJETIVO**

Os objetivos da RP em Foco estão em consonância com o que prega Palma (1994), segundo o qual, os objetivos de publicações institucionais são um ponto de partida e passam pela veiculação de informações que dizem respeito direta ou indiretamente ao público de interesse da organização; expõe e explicam atitudes, intenções e filosofia do curso e da PUCPR; e buscam a integração entre seus públicos de interesse.

Assim, a RP em Foco tem por objetivos informar sobre a profissão e atividade de Relações Públicas para estudantes da PUCPR e de outras instituições; divulgar o curso de Relações Públicas da PUCPR e contribuir para a construção de laços entre estudantes, professores e profissionais da área de Relações Públicas. Para Nassar (2009), “é possível observar no conteúdo das publicações contemporâneas a presença de temas e intenções que contribuem para a geração de valor organizacional, destacadamente aqueles assuntos que influenciam o ambiente social e o comportamento dos trabalhadores e das comunidades, melhorando a qualidade dos inúmeros relacionamentos públicos das organizações”. Este raciocínio de Nassar (2009) voltado para os colaboradores pode ser transposto para os estudantes de Relações Públicas e demais públicos desta publicação, que gera valor para o curso ao mesmo tempo que transforma positivamente seu comportamento em relação ao curso de RP da PUCPR e também a si próprio.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A revista laboratório RP em Foco permite o contato com outra habilitação da Comunicação Social, o jornalismo. Para Nassar (2009 p. 130), “a consolidação do uso de técnicas jornalísticas no ambiente da comunicação empresarial – o que significou a

apropriação de partes de elementos da narrativa jornalística, enquanto se abria mão de conceitos como formato, periodicidade, universalidade e difusão na elaboração de mensagens principalmente para os trabalhadores – é expressão da história de Relações Públicas”. Ou seja, a atividade do jornal laboratório, ainda que considere o uso de técnicas jornalísticas, faz parte do desenvolvimento das Relações Públicas.

A publicação também permite o contato do estudante com o jornalismo empresarial, que é uma das atividades com a qual pode se deparar no mercado de trabalho. Segundo Palma (1994, p. 98-99), “o jornalismo empresarial, além de ser uma abertura no mercado de trabalho, pode ser extremamente gratificante pela sua função social de integrar o empregado no contexto da empresa e a empresa no contexto da comunidade”.

Por fim, a atividade permite o contato com o design gráfico, permitindo o desenvolvimento de novas habilidades, a saber: planejamento gráfico, diagramação e direção de arte.

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

O RP em Foco utilizou as seguintes fases da produção de um jornal (ROSA; CUNHA, 1999): definição de pauta, coleta de informações, produção de fotos e ilustrações, redação, diagramação, produção gráfica, impressão e distribuição. Ressalta-se que a maior parte das atividades foram realizadas em horário de aula, utilizando a estrutura da PUCPR. Estas etapas são descritas e detalhadas abaixo, considerando que os estudantes estão divididos em equipes e que cada equipe representa uma editoria:

- Definição de pautas – Cada equipe desenvolveu três pautas detalhadas para sua editoria. Estas foram submetidas à professora da disciplina Comunicação Dirigida e, posteriormente, à coordenação do curso. A pauta mais adequada à política editorial foi selecionada e desenvolvida.
- Coleta de informações/produção de fotos e ilustrações – Definida a pauta, a equipe fez a apuração das informações em conjunto, ou seja, buscou as informações para sua reportagem, desde a pesquisa na internet à conversa com fontes de informação. Quando foi necessária uma entrevista, os estudantes elaboraram o roteiro e realizaram a entrevista em parceria. Também nesta fase, os estudantes planejaram as fotos autorais para a publicação, fotos de arquivo e/ou ilustrações para a página. Esta atividade também foi desenvolvida em equipe.

- Redação – de posse das informações brutas, os estudantes passaram a desenvolver suas reportagens individualmente. Foi entregue a primeira versão, pela intranet Eureka, que foi corrigida. Os estudantes tiveram então a oportunidade de realizar ajustes nesta matéria. A melhor reportagem após os ajustes foi escolhida pela professora da disciplina para ser publicada, com o aval da coordenação do curso. Os demais estudantes assinam a matéria não como autores, mas como colaboradores, por terem participado do processo de elaboração de pauta e coleta de informações.
- Diagramação e Produção Gráfica – novamente trabalhando em conjunto e de posse do texto aprovado e das imagens e ilustrações produzidas, os estudantes realizaram a diagramação das páginas, com base nas orientações da professora da área de designer. Neste semestre, não havia uma disciplina de Produção Gráfica na grade do 6º período de RP, mas a turma já havia cursado a disciplina e, portanto, tinha domínio técnico dos softwares. Para dar condições aos estudantes e manter a linha do projeto gráfico, foi realizado um workshop onde o grid da revista foi compartilhado e uma monitora da área acompanhou a finalização das páginas. De posse dos arquivos das páginas da revista, a professora da área de design e sua monitora fizeram a artefinalização da publicação.
- Impressão – a impressão da publicação ficou a cargo da PUCPR, que realizou uma tomada de preços e selecionou a gráfica. A professora de Produção Gráfica ficou responsável por esse processo.
- Distribuição – realizada em equipes, em horário de aula, os estudantes distribuíram pessoalmente a publicação para estudantes do curso – 2º, 4º, 6º e 8º períodos, além de disponibilizar alguns exemplares na secretaria do curso, sala dos professores, decanato do curso. Também foram distribuídos exemplares para stakeholders internos da PUCPR, como a pró-reitoria de graduação, departamento de marketing, reitoria, entre outros. Esses departamentos foram selecionados por terem relação direta com o curso e também por se configurarem como clientes em potencial para as atividades dos estudantes, no desenvolvimento de planejamento de comunicação e eventos. A publicação também foi enviada pelo correio, pela Secretaria do curso, para outras universidades e faculdades que contam com curso de RP no Brasil, bem como entidades de classe como o Conselho de Relações Públicas e a Associação Brasileira de Comunicação, entre outras.

Entre as práticas diferenciadas da revista laboratório RP em Foco destacam-se a multidisciplinariedade, o trabalho em equipe e individual em um mesmo projeto, e o estímulo à criação de olhar curioso para o mercado, buscando as pautas para a publicação.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O RP em Foco tem as seguintes especificações técnicas: 24 páginas, impressão em cores (4/4) e papel couché brilho. Sua tiragem é de 500 exemplares na versão impressa, mas todas as publicações ficam disponíveis na página do curso: <http://www.pucpr.br/graduacao/relacoespublicas/>. A Figura 1 mostra a capa da edição número 11 e a Figura 2 mostra a capa da edição 12. As edições tratadas neste *paper* estão hospedadas no site <http://www.pucpr.br/graduacao/relacoespublicas/rpemfoco.php>.

Figura 1 – capa da edição 11



Fonte: As autoras, 2016.

Figura 2 – capa da edição 12



Fonte: As autoras, 2016.

As Editorias que compuseram a publicação foram:

- RP em Pauta – discute os principais tópicos relacionados à profissão em si.
- Se Meu TCC Falasse – traz relatos e experiências dos estudantes do último período do curso.
- Atualidades – outra editoria de respiro, traz a interpretação dos estudantes sobre assuntos atuais, ligados ou não à Comunicação.
- RP em imagens – valoriza a imagem fotográfica e traz alguma cobertura relacionada à atividade de RP.
- Entrevista – estruturada em forma de perguntas e respostas, a editoria Entrevista buscou trazer temas relevantes para discussão, sob a ótica de algum professor ou especialista.

- Mercado e Tendências – Discute os temas que estão em voga no momento, em RP e em Comunicação em geral (Figura 3).

Figura 3 – página interna da edição 12 – editoria Mercado e Tendências



Fonte: As autoras, 2016

- Case RP – buscou destacar casos de sucesso na área de Relações Públicas.
- Cultura – editoria de respiro, buscou destacar algum evento ou espaço cultural diferenciado.
- PUCPR – por se tratar de uma publicação institucional, esta editoria destaca algum aspecto da instituição de ensino do curso.
- Fique Ligado – traz notas e matérias curtas, sobre assuntos gerais da atividade do curso e de RP.
- “Me formei, e agora?” – Editoria nova na edição 11, que tratou das expectativas dos estudantes no ano seguinte à formatura (Figura 4).

Vale registrar que a editoria RP em Imagens, da edição 11, foi elaborada pelo Bureau de RP, e não pelos estudantes do curso. Isso porque, havia a necessidade de cobrir o evento mas, o timing da atividade laboratorial não foi o mesmo da realização do evento e, sendo assim, optou-se por este caminho. Na edição 12, nota-se a editoria Lazer RP, que foi um calhau produzido voluntariamente por uma das alunas da turma, para ocupar um espaço vazio de uma das editorias, que fez uma página a menos do previsto.

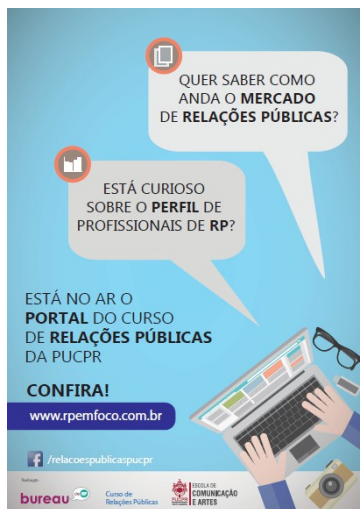
Figura 4 - página interna da edição 11, com nova editoria



Fonte: As autoras, 2016.

Ainda são relevantes a questão dos anúncios. A contracapa tem sido utilizada para anunciar os próximos eventos promovidos pelo curso de RP da PUCPR ou ações e campanhas institucionais (Figura 5). A revista não conta com espaço publicitário, sendo totalmente financiada pelo curso de RP da PUCPR.

Figura 5 – Contracapa da edição 12 – anúncio institucional do curso de RP



Fonte: As autoras, 2016.

Ressalta-se também que na construção da pauta de cada edição, buscou-se o equilíbrio entre matérias informativas e interpretativas (PALMA, 1994). Por opção dos estudantes deste período, não foram realizadas matérias de cunho opinativo, ficando representado este gênero apenas pelo Editorial, escrito e assinado pela professora da disciplina de Comunicação Dirigida.

## 6 CONSIDERAÇÕES

No final do semestre, em novembro de 2015, foi aplicada uma pesquisa de satisfação entre os estudantes do 6º período de RP, que produziram o RP em Foco. Para 83% dos respondentes, o texto jornalístico foi aprimorado com essa atividade, apontando para um progresso nesta habilidade, ainda que 50% dos estudantes tenham dificuldades em utilizar a redação jornalística enquanto técnica, 33% considerem um desafio a apuração da notícia e 33% determinem o tempo como fator complicador para o desenvolvimento da atividade.

Para os estudantes, o jornal de empresa é um instrumento de comunicação interessante (83%) e relevante (83%). Para 83% dos estudantes a sua percepção estética melhorou a partir da atividade da revista RP em Foco, especialmente no que se refere à adequação do projeto a um grid, que garante a unidade visual e seu alinhamento (83%), à importância da resolução das imagens para qualidade final do impresso (83%) e aos recursos de texto, que valorizam a distribuição de conteúdo, como intertítulos, olhos e boxes (83%). Também foram citadas como aprimoramento gráfico a busca por combinações cromáticas cada vez mais fatigantes visualmente (33%), o equilíbrio na disposição de textos e fotos em um layout de página (33%) e o fato negativo de não ter uma disciplina de produção gráfica associada ao projeto editorial da revista (16%). A distribuição da publicação foi avaliada como boa (80%) e regular (33%).

Com doze publicações, nota-se que o objetivo de divulgação do curso é atingido, bem como o de servir como fonte de consulta para estudantes, seja da PUCPR ou de outras instituições de ensino ou ainda para os stakeholders da PUCPR. Ainda é cedo, no entanto, para mapear se a publicação está contribuindo para a criação de laços.

A publicação RP em Foco tem trazido a experiência editorial para os estudantes de Relações Públicas, que passaram a sair do curso com novas perspectivas de atuação e novas habilidades técnicas. Relatos informais indicam que os estudantes utilizam a publicação em



seus portfólios, como diferencial para conseguir um estágio ou emprego. Ao iniciar a produção os estudantes sentem-se apreensivos, com receio de não corresponder às expectativas dos professores e estudantes do curso, bem como comparam o trabalho que ainda não realizaram com as edições prontas. Nesse sentido, a publicação motiva e representa um desafio para eles.

Conforme o processo produtivo vai amadurecendo, também as edições ficam mais próximas do que o mercado esperaria de uma publicação institucional empresarial. Ao se considerar o RP em Foco um veículo de formato *premium* e que nem todas as organizações tem orçamento para realizar, nota-se também que sua produção faz com que os estudantes tenham a vontade de desenvolver projeto semelhante em suas atividades profissionais.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

NASSAR, Paulo. A evolução das publicações em jornalismo empresarial para jornalismo em empresas. **Anuário Unesco/ Metodista de Comunicação Regional**. Ano 13. n. 13. p. 127-144. Jan/dez, 2009.

PALMA, Juarez. **Jornalismo empresarial**. 2 ed. Porto Alegre: Sagra, 1994.

ROSA, José Antonio; CUNHA, Thereza Cristina Guerra da. **Jornal de empresa: criação, elaboração e administração**. São Paulo: STS, 1999.